

O FILÓSOFO *EXPERT*?
A POPULARIZAÇÃO DA FILOSOFIA E O GOVERNO DA CONDUTA

Guilherme Magalhães Vale de Souza Oliveira¹
Julio Groppa Aquino²

Resumo

Tendo o pensamento foucaultiano como matriz teórica, o artigo visa discutir criticamente a popularização da filosofia e seus efeitos possíveis sobre o lugar social do filósofo. A partir de um mapeamento arqueológico de variadas produções culturais de cunho alegadamente filosófico, tratou-se de analisá-las segundo determinados jogos de verificação/subjetivação atados a uma racionalidade pedagogizante com pretensões terapêuticas e salvacionistas.

Palavras-chave: popularização da filosofia, papel do intelectual, governamentalidade, *expertise*, Michel Foucault.

Resumen

Teniendo el pensamiento foucaultiano como matriz teórica el artículo se propone discutir críticamente la popularización de la filosofía y sus efectos posibles sobre el lugar social del filósofo. A partir de una cartografía arqueológica de diferentes producciones culturales de supuesto trazo filosófico, se trata de analizarlas de acuerdo a ciertos juegos de verificación/subjetivación ligados a una racionalidad pedagogizante con pretensiones terapéuticas y salvacionistas.

Palabras clave: popularización de la filosofía, papel del intelectual, gubernamentalidad. *expertise*, Michel Foucault.

O cenário atual da produção filosófica *lato sensu* não poderia ser suficientemente perspectivado sem levarmos em conta suas aparições extra-acadêmicas. Para além do perímetro universitário, o que vem sendo produzido no campo filosófico abarca os periódicos culturais e jornalísticos, as ondas do rádio e da televisão, os DVDs e, igualmente, a internet. É certo, portanto, que a filosofia, nesta última década, tem sido alvo de um pronunciado processo de popularização. É o que também atestam os *best-sellers* que pululam nas livrarias, bem como a convocação recorrente aos filósofos para que se manifestem sobre assuntos os mais

¹ Mestre em Filosofia da Educação na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. E-mail: guilhermeoliveira@usp.br.

² Professor Associado da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. E-mail: groppaq@usp.br.

variados – alguns desses profissionais, inclusive, assinando colunas em jornais e em revistas de grande circulação ou ancorando programas televisivos.

Assim, o que é dito/feito hoje como filosofia compreende uma dispersão de diferentes práticas. Seja no campo editorial, seja nos veículos de comunicação, o termo *filosofia* e a designação *filósofo/filosófico* circulam na evocação de muitos autores, sobre muitos temas e sob muitas interpretações. Tais iniciativas impelimos a tomar a dispersão da discursividade alegadamente filosófica nos meios de comunicação contemporâneos (aqui englobados na rubrica *mídia*) como objeto da própria reflexão filosófica. Desta feita, o presente artigo visa contribuir criticamente para o debate acerca da popularização da filosofia no cenário sociocultural brasileiro, por meio da problematização da função pública do intelectual filósofo.

Valendo-nos da noção de *governamentalidade* formulada por Michel Foucault (2006c; 2006d), na esteira da qual as relações sociais constituir-se-iam como tramas de um diuturno jogo de forças baseadas na condução da conduta de si e do outro, a hipótese geral do trabalho aponta para a popularização da filosofia como uma prática pedagogizante e de teor corretivo/adaptativo, consubstanciada na oferta de discursos identitários, de preceitos morais e de prognósticos salvacionistas. Mais especificamente, tratar-se-ia da irrupção de uma *expertise* técnico-filosófica em meio a um contexto de midiatização e pedagogização sociais, por meio da qual o filósofo, arrogando-se a autoridade de especialista social (ROSE, 1993), findaria por ocupar um papel de destaque na racionalidade típica dos regimes neoliberais.

O mapeamento em questão foi levado a cabo por meio de uma investida arqueológica, pela qual se analisaram os discursos não em termos de representações do que foi dito sobre o tema da filosofia, mas evidenciando os conceitos, os objetos tratados, os estilos de enunciação, as estratégias e alianças discursivas operadas por essas produções culturais. Esse tipo de análise propiciou evidenciar a engenhosidade dos discursos, sua luta constante de produção de inteligibilidades, bem como os processos de subjetivação a reboque de tais produções.

Ao fim e ao cabo, ambicionamos tornar visível a discursividade da popularização da filosofia, consubstanciada num ensejo de aconselhamento e, no limite, de tutela da conduta e do pensamento alheios, ambos avessos à potência da inconformidade, esta tão cara ao trabalho filosófico quando compreendido como um gesto recalcitrantemente crítico.

O boom discursivo da filosofia

Da famigerada inutilidade da filosofia para a vida (desde a paródia de Aristófanes e a reprovação de Cálicles) e sua vilania (Sócrates e sua incriminação por corromper os jovens), chegamos a seu hiperinvestimento no plano sociocultural. *Filosofia na mira do mercado* (RODRIGUES, 2012), matéria publicada no jornal *Valor Econômico*; *Filosofia POP* (CORDEIRO, 2012), artigo publicado na revista *Galileu*; *Filosofia pop em questão* (SANTIAGO, 2011), coluna de opinião publicada em *O Estado de São Paulo*, e *Entre a academia e a receita de bolo* (FEITOSA, 2011), artigo publicado na *Revista de História*, compõem uma pequena mostra daquilo que bem poderia ser sintetizado como um *boom* discursivo acerca da filosofia e de temáticas filosóficas na atualidade.

Carla Rodrigues noticia o crescimento do mercado editorial para os livros de filosofia em geral, apesar da alegada crise editorial e da impopularidade, da morosidade e, em último caso, da inutilidade imediata da prática filosófica. Tiago Cordeiro apresenta as aplicações mais comuns da filosofia hoje, aliançadas à psicanálise e à autoajuda, que formulam pequenas receitas práticas de como conduzir a vida. Silviano Santiago explora a emergência do filósofo como novo ator e especialista social à luz da prática de um filósofo contemporâneo, o franco-tunisino Mehdi Belhaj Kacem, discípulo do filósofo francês Alan Badiou. Charles Feitosa, por sua vez, partindo da recusa do aconselhamento terapêutico e da erudição acadêmica, propõe uma filosofia pop aliada à arte, à imagem e à reflexão sobre a cultura do presente.

Todos os quatro autores fazem menções genéricas às razões que justificariam o fato de a filosofia vir ocupando crescentemente o cenário mercadológico-cultural de diversos países, não só o brasileiro. Tais razões

compreenderiam desde as *eternas questões da humanidade e problemas contemporâneos* diversos (CORDEIRO, 2012; SANTIAGO, 2011), até o resultado do investimento do mercado editorial especializado (RODRIGUES, 2012), passando pela *inquietação das pessoas* face a um mundo em que *não se sentem em casa* (FEITOSA, 2011).

Uma década antes, numa matéria da *Folha de S. Paulo* de 21 de junho de 2001, anunciava-se a filosofia como uma ajuda para viver melhor, “porque desperta a interrogação, aprofunda a reflexão, pesquisa motivos ocultos e reinterpreta fatos, ridicularizando justificativas aparentes ou falsas” (FALCÃO, 2001, p.9). A reflexão filosófica, segundo o filósofo e professor Mario Sergio Cortella – ali entrevistado – protagonizava um *revival*, já que a supervalorização do mundo prático teria gerado “nas pessoas comuns um vazio existencial que só a filosofia pode ajudar a preencher porque as explicações técnico-científicas não são mais suficientes” (apud FALCÃO, 2001, p.8).

Em 17 de julho de 2005, o programa de televisão *Fantástico*, veiculado pela Rede Globo, levava ao ar o programa *Ser ou Não Ser*, apresentado pela filósofa e psicóloga Viviane Mosé. Em 8 minutos, quando de sua estreia em 2005, e em 9 minutos, em sua reestreia em 2006, a apresentadora, partindo de cenas e situações do cotidiano, fazia uso de algumas ideias e passagens de obras dos filósofos mais conhecidos, com o intuito de oferecer aos telespectadores uma reflexão propedêutica e, ao mesmo tempo, aconselhadora.

Uma matéria no caderno *Ilustrada* da *Folha de São Paulo*, no dia da estreia do programa em 2005, trazia o seguinte posicionamento do professor de filosofia da UNICAMP, Roberto Romano:

Não que o meio [televisivo] não tenha condições nem o público. O problema é que a filosofia exige raciocínios longos e uma lógica dedutiva e indutiva completa. É um objeto difícil de ser exposto. A televisão tem um tempo rápido, mas depende do virtuosismo da professora que vai apresentar o programa. A filosofia é a pesquisa que vai levar à descoberta de coisas, ao pensamento e à crítica (apud BARTOLOMEI, 2005, p.E6).

Outra opinião que representava a corrente, se quisermos, *oficial* e mais crítica à iniciativa, era a do professor de filosofia José Arthur Giannotti, da USP:

Uma coisa é jornalismo filosófico e outra é a reflexão, que implica em ócio, sossego e tempo. Não sou contra, o problema é não confundir uma coisa com outra. Não haverá uma discussão filosófica de conceitos filosóficos, apenas insinuações (apud BARTOLOMEI, 2005, p.E6).

No suplemento *Cultura do Estado de São Paulo* de 05 de novembro de 2006, Luiz Zanin Orichio tratava da matéria de capa da revista francesa *L'Express*, com um título que antecipava sua conclusão: *A felicidade pela filosofia*.

Há algumas décadas, quem fazia um curso de filosofia sabia-se candidato preferencial ao desemprego. A filosofia, com o avanço tecnológico e o crescente antiintelectualismo social, era tida como a mais *démodé* das disciplinas. Quem iria querer estudar Platão e Kierkegaard no mundo prático que surgia pós-anos 60? Ninguém. Só um bando de pseudo-intelectuais que não tinha nada mais importante com que se ocupar (2006, p.D6).

O colunista do *Estado* apresentou uma digressão sobre os últimos acontecimentos que popularizavam a filosofia (os cafés filosóficos, as publicações editoriais, os programas de TV), tomando o cuidado de não julgar tais iniciativas sem antes investigar as possíveis razões de tal fenômeno. Ele também identificava o fato de que uma sociedade tecnológica trouxera muitas vantagens, mas nenhuma que aumentasse a felicidade individual, concluindo que, se a religião perdesse espaço como discurso hegemônico e o consumo na sociedade capitalista mais esvaziava do que preenchia, o que restava era o apego à *velha sabedoria*.

Em matéria publicada em 12 de novembro de 2006, o professor de filosofia da USP Vladimir Safatle escrevia para a *Folha de S. Paulo* sobre “um dos fenômenos mais pitorescos na vida cultural do Brasil dos últimos anos: o crescente interesse pela filosofia” (p.7) ou por algo que se aproximasse dela. Para o autor, tal fenômeno poderia ser denominado heteróclito, já que composto por *práticas e expectativas diversas*, cujas características seriam: a simplificação da linguagem filosófica por jargões da área de administração de empresas; uma recusa das hierarquias da cultura; uma atenção tanto para o corpo como para o pensamento,

tanto para o cotidiano como para os universais. Mas todas essas abordagens portariam um objetivo em comum: “reconciliar o pensar e a alegria de viver” (p.7).

Outra matéria, publicada por *IstoÉ* na edição de 11 junho de 2008, afirmava que a filosofia estava *em alta*. Segundo especialistas entrevistados pela matéria, àquela altura, a filosofia já era “disciplina obrigatória nas escolas, mania na tevê, nas empresas e até nos livros para crianças”, sendo ensinada aos interessados como uma maneira de “ler o que acontece no mundo contemporâneo e a agir no presente” (CARDOSO, 2008, s.p).

Uma última passagem significativa é a entrevista³ concedida pela professora de filosofia Jeanne Marie Gagnebin, da PUC-SP, à *Folha de S. Paulo* em junho de 2012. Indagada sobre a validade do lançamento de livros que prometiam conhecimentos complexos para o público leigo, Gagnebin identificou que certamente havia um “fenômeno mercadológico em torno da filosofia atualmente” (apud AQUILES, 2012, p.E12). Segundo a professora, tal fenômeno seria alavancado por três razões: o retorno do ensino de filosofia na Educação Básica brasileira; a crise das religiões na Modernidade que outrora garantiam certa segurança aos conceitos e valores para explicar o mundo e servir de guia pessoal; por fim, uma espécie de revanchismo anti-intelectual, uma vez que a popularização desmistificaria o caráter complexo e transcendental das obras filosóficas. Contudo, Gagnebin esclarece que escrever sobre algum assunto complexo a ponto de torná-lo algo acessível seria um trabalho muito difícil. Mas alcançar tal simplicidade, sem simplificar, poderia contribuir de maneira didática para a compreensão da filosofia. Caso contrário, apenas serviria para gerar ganhos financeiros.

Poderíamos, ainda, recuar um tanto mais na história e encontrar na edição da revista *Veja* de 28 de março de 1979 – mais de 20 anos antes, portanto, da afamada popularização na virada do século – uma reportagem que procurava expor certas mutações em curso no trabalho do filósofo como intelectual. Antecipando a justificativa de certo afastamento da filosofia acadêmica em relação à realidade cotidiana, professores de filosofia mobilizavam-se para reintroduzi-la

³ A íntegra dessa entrevista foi publicada no blog do Departamento de Filosofia da PUC-SP. Disponível em: <<http://filosofiapucsp.wordpress.com/2012/06/08/a-filosofia-e-o-mercado-de-consumo-editorial-entrevista-com-jeanne-marie-gagnebin-inedita/>>. Acesso em: 08 jun. 2012.

nas escolas, na tentativa de engajá-la a problemas tocantes à realidade brasileira da época.

As funções atribuídas à filosofia, segundo os professores Tarcísio Padilha e Arthur Giannotti, eram oferecer “novas respostas para os desafios do mundo moderno”, bem como suprir uma “falência de ideias que marcaram as décadas de 50 e 60 no Brasil”, quais sejam: o “desenvolvimento como instrumento da liberação nacional” e a “crença na sociologia como conhecimento da realidade” (ALVARENGA, 1979, p.102).

Entretanto, o professor Bento Prado Júnior, também entrevistado na reportagem, e o próprio Giannotti conclamavam outro modo de endereçamento da filosofia ao cotidiano: não em termos de oferta de novas respostas ou de uma inteligibilidade da realidade, mas ora retornando às questões clássicas da filosofia à luz dos problemas do presente, ora valendo-se dos pensadores do passado para enriquecer o exame dos temas atuais. Um modo de operar a filosofia mais analítico e menos propositivo; mais afeito, portanto, ao trabalho de uma *filosofia histórica*, nos moldes daquela praticada principalmente por Foucault (2000), com a qual nos alinhamos na presente pesquisa.

A popularização da filosofia e seus estratos

Com o intuito de dar continuidade ao mapeamento do universo das diferentes produções culturais de cunho alegadamente filosófico, distinguimos inicialmente quatro estratos de difusão⁴: 1) obras autorais; 2) coleções; 3) livros (para)didáticos; 4) multimídia. A opção por detalhar os estratos por material consistiu em uma tentativa de não ajuizar as produções culturais, mas exemplificar a heterogeneidade das produções, evidenciando suas características materiais: veículo, tipo de produção, modalidade enunciativa, estratégias discursivas etc. Não obstante, o problema não é o suporte material, mas as racionalidades materializadas nos discursos que presidem algumas das produções – racionalidades que são sumariamente discutidas ao longo das exposições.

⁴ Um levantamento complementar de tais produções é oferecido por Tatiana Sanches (2011), cujo trabalho também é contemplado adiante.

O primeiro estrato refere-se às obras que se valem de reflexões filosóficas ou nelas se apoiam, sendo alguns autores considerados filósofos. Trata-se de obras as mais variadas, as quais poderiam ser categorizadas segundo o tipo de abordagem empregada. O que as caracteriza, de modo geral, é a finalidade expressa de veicular reflexões e noções filosóficas por meio de histórias ficcionais, de reflexões sobre temas genéricos ou de sugestões de teor pragmático-terapêutico.

Esse tipo de publicação abarca, por exemplo, os romances filosóficos, como o largamente conhecido *O mundo de Sofia*, publicado em 1991 por Jostein Gaarder; os livros do psiquiatra Irvin D. Yalom, *Quando Nietzsche chorou*, de 1992, *A cura de Schopenhauer*, de 2005, e o mais recente *O problema Espinosa*, de 2012; ainda, o brasileiro Eduardo Giannetti, com seus *Felicidade*, de 2002, e *A ilusão da alma*, de 2010. Todos eles são inspirados, de alguma maneira, por temas e reflexões filosóficas oriundas da vida pessoal de filósofos ou de pensadores clássicos.

Há também a abordagem de tipo ensaística, por meio da qual os autores desenvolvem reflexões de apelo histórico-filosófico sobre os mais variados temas que atravessariam a realidade atual. Exemplos disso são *101 experiências de filosofia cotidiana* e *Filosofia em cinco lições*, do filósofo e jornalista francês Roger-Pol Droit, lançados no Brasil em 2002 e 2012, respectivamente, e cujas intenções são ora propor que a filosofia tenha finalidades úteis para o cotidiano, ora refazer o percurso histórico da filosofia em pequenas lições temáticas. O mesmo se passa com os dois últimos livros em coautoria de Clóvis de Barros Filho intitulados *A vida que vale a pena ser vivida*, de 2010, e *A filosofia explica as grandes questões da humanidade*, de 2013, nos quais são apresentados temas supostamente gerais da humanidade sendo entremeados por extratos de filósofos consagrados e por digressões próprias.

A terceira abordagem corrente das obras autorais é a de apelo expressamente terapêutico, comumente associada ao ramo da autoajuda. Tais produções, podendo também ser confundidas com as de tipo ensaístico, têm como característica principal uma intencionalidade mais pragmática, valendo-se da história da filosofia, de excertos específicos de filósofos e de reflexões muitas vezes

descontextualizadas historicamente, com o objetivo de oferecer ao leitor argumentações de efeito prático e moral, tais como revalorizar determinados aspectos da vida, adotar certos exercícios diários etc. A argumentação empregada é geralmente associada a fórmulas, receitas ou alternativas para os problemas da vida cotidiana. Exemplos disso são os *best-sellers* de Alain de Botton, como *As consolações da filosofia*; de Lou Marinoff, *Mais Platão, Menos Prozac*; e de Allan Percy, *Nietzsche para estressados*, publicados em 2000, 2001 e 2011, respectivamente.

Um segundo estrato das publicações contempla as coleções de livros filosóficos, com vistas à divulgação de partes da obra de autores selecionados, como é o caso da tradicional coleção *Os Pensadores*, primeira do ramo na divulgação filosófica no Brasil, publicada pela Abril Cultural (em três reedições, de 1973 a 1984) e depois pela Nova Cultural (em cinco reedições, de 1988 a 2004), bem como da coleção *Pocket* ou da recente *O essencial de Nietzsche*, ambas a cargo da L&PM. Há também as coleções de comentadores de filósofos que procuram introduzir/sintetizar as ideias de determinado pensador a partir de breves condensações de suas vidas e principais obras/teorias. É o caso das coleções *Filósofos em 90 minutos*, organizada por Paul Strathern, e *Entendendo...* que, apesar de não se devotar exclusivamente à filosofia, “oferece informações úteis sobre os pensadores e os temas mais importantes da história com uma linguagem acessível e bem-humorada”⁵. Um terceiro tipo de coleção é voltado para temas específicos, como os *Miniensaios de filosofia*, que veio a público no Brasil em 2013, trazendo filósofos brasileiros refletindo sobre temas gerais da filosofia, como ética, medo, desejo, racionalidade etc. Por fim, há de se mencionar as coleções que priorizam a relação entre cultura pop e filosofia, como *The Blackwell Philosophy and Pop Culture* (organizada pelo professor do King’s College William Irwin, contabilizando 44 fascículos até o momento); *Popular Culture and Philosophy* (organizada por George A. Reisch, com 85 fascículos); e *The Philosophy of Popular Culture* (organizada por Mark T. Conard, com 32 fascículos até o momento).

⁵ De acordo com o próprio site da editora da coleção, em: <<http://geral.leya.com.br/pt/guias/entendendo-filosofia>>. Acesso em: 28/05/2014.

Sob o arco do terceiro estrato das publicações, concentram-se as publicações de natureza (para)didática, tal como aqui optamos por designá-las. Três são seus tipos: os livros didáticos propriamente (que desde o ano de 1997 vêm se proliferando segundo várias versões e autorias⁶), geralmente adotados em escolas e subsidiados por políticas públicas de incentivo à leitura. Há também os de cunho enciclopédico ou propedêutico, os quais, valendo-se igualmente de contextualizações histórico-bibliográficas ou culturais, mas não se atendo a um só filósofo ou tema, visam servir de leitura introdutória ou apenas de curiosidade/entretenimento. Exemplos disso são o *Guia Politicamente Incorreto da Filosofia*, de Luiz Felipe Pondé, de 2012; *O Livro da Filosofia*, de Will Buckingham e Douglas Burnham, lançado em 2011; e *Casos Filosóficos*, de Martin Cohen, de 2012.

A esse terceiro estrato associa-se ainda uma terceira forma de publicação, geralmente periódica, de cunho jornalístico/informativo e de abordagem ora mais genérica, ora mais específica. No âmbito internacional, as mais emblemáticas são a *Philosophy Now*, publicada quateralmente à época do seu lançamento em 1991, e bimestralmente desde 1997, com corpo editorial inglês e norte-americano; a publicação francesa *PhiloMag*, editada mensalmente desde 2006; e a publicação espanhola *Filosofía Hoy*, também editada mensalmente desde 2011. No contexto brasileiro, destacam-se *Filosofia: grandes temas do conhecimento*, de periodicidade mensal (atualmente em seu número 20), tendo começado a circular no final de 2011; *Filosofia Conhecimento Prático* e *Filosofia Ciência & Vida*, duas publicações mensais, respectivamente, na 49ª edição/5º ano de circulação (desde 2009) e 101ª edição/9º ano de circulação (desde 2006). Soma-se *Mente, Cérebro & Filosofia*, publicação esporádica e organizada em volumes pela revista *Mente e Cérebro*, cujas primeiras 12 edições circularam entre 2010 e 2011, e outras 4 edições, em 2012.

⁶ Levantamentos e análises criteriosas desses livros vêm sendo desenvolvidos pelo *Laboratório de Licenciatura e Pesquisa sobre o Ensino de Filosofia* (LLPEFIL) da UFRJ. Disponível em: <<http://www.llpefil-uerj.net/material-didatico/levantamentos-bibliograficos>>. Acesso em: 28 maio 2014.

O último estrato da difusão filosófica remete às produções multimidiáticas, abarcando desde publicações de DVDs em bancas de jornal (*Filosofia de Botequim, Filosofia & Conhecimento* etc.), colunas assinadas por filósofos e apresentações destes em programas de TV e rádio (as colunas de Marcia Tiburi e Vladimir Safatle na revista *CULT*, bem como a de Safatle, que também escreve para a *CartaCapital*, e Luiz Felipe Pondé no jornal *Folha de S. Paulo*; o *CPFL Café Filosófico*, transmitido pela TV Cultura, assim como vários outros programas de rádio e TV que trazem em sua programação participações de filósofos), até chegarmos à internet, na qual sites com artigos e conferências (*philosophybites.com*, por exemplo), histórias em quadrinhos e sátiras (*existentialcomics.com*) despontam com frequência. Nesta seara, vale destacar a publicação em dois volumes de *Pensar bem nos faz bem!*, de Mario Sergio Cortella, em 2013, abordando temas variados que foram tratados no seu programa semanal na rádio paulistana CBN, no ar desde julho de 2012.

Levando em consideração a dificuldade acentuada de perspectivar as nuances presentes em tal cenário discursivo complexo, ubíquo e multifacetado, restringimo-nos inicialmente a apontar uma distinção preliminar entre tais produções. Uma parcela delas devota-se ao que denominamos *divulgação*; trata-se daquelas obras que não procuram romancear, aligeirar, comentar ou mesmo viabilizar o acesso imediato às ideias filosóficas. De outra parte, há aquelas iniciativas que se valem de passagens de obras de filósofos com vistas a facilitar sua leitura, traduzindo seus conceitos de modo às vezes aligeirado e atribuindo-lhes certa destinação pragmática, para seu suposto uso na vida cotidiana. Trata-se, aqui, propriamente da *popularização* – tais como as biografias romanceadas, os guias introdutórios, os livros de cunho pragmático-terapêutico e aqueles declaradamente de autoajuda.

Desta feita, podemos afirmar que todo tipo de popularização pode ter um efeito de divulgação, mas nem todo tipo de divulgação almejaria a popularização das ideias filosóficas. Parece-nos, assim, que as produções da popularização, apesar de muitas vezes estarem apoiadas na autoridade acadêmica de seus autores, procura espriar certa inteligibilidade redutora e, em última instância,

utilitarista do discurso filosófico, para além das fronteiras universitárias ou escolares.

A popularização sob o olhar acadêmico

A temática da popularização da filosofia ou de sua relação com a cultura contemporânea tem sido objeto de alguns trabalhos acadêmicos. Vejamos.

Dos trabalhos que tratam da relação entre filosofia e cultura na contemporaneidade, Carlos João Nunes Correia (1995) e Marcos Carvalho Lopes (2011), mesmo em tempos e contextos diferentes, caracterizam a filosofia como um tipo de atividade e de conhecimento que está na base de toda sociedade, presente nos domínios da moral, do direito, da política ou da técnica e da ciência. Os autores elaboram argumentações semelhantes acerca da impopularidade da filosofia, cujo retorno ao interesse público teria se dado tão somente no século XX. Atribuindo-lhe tanto o propósito de procurar a essência e o imutável, como a tarefa de uma formação geral da população para os novos tempos flexíveis e instáveis, ambos os autores clamam pela necessidade de a filosofia se voltar para a experiência prática humana.

No caso de Correia (1995), é reforçado o *caráter eminentemente formativo* da filosofia como um exercício crítico voltado a “discutir, aprofundar e esclarecer as razões subjacentes às nossas crenças” e como um “modelo pedagógico necessário das sociedades vindouras” (p.42). No caso de Lopes (2011), o retorno da filosofia ao campo das discussões em torno das práticas humanas comuns deveria ocorrer pela substituição de uma filosofia *com letra maiúscula e sabor teológico* para outra *com letra minúscula e parte da cultura ordinária*, cuja tarefa “passaria a ser ajudar no processo de mudar nossas crenças e nossa forma de vida” (LOPES, 2011, p.46).

No que tange propriamente à popularização da filosofia, poucos autores detiveram-se na questão. Dentre eles, Saulo Henrique de Souza Silva (2011), Tatiana Amendola Sanches (2011) e Paola Zordan (2006).

O primeiro defende a ideia de que se trata de um fenômeno duvidoso, já que “a popularização da Filosofia não tem por finalidade desvelar o seu significado

e nem a sua especificidade disciplinar, visto que está atrelada às leis do mercado” (SILVA, 2011, s.p). Segundo o autor, é tarefa do filósofo construir “novos edifícios conceituais”, operar “demolições e apropriações, parciais ou totais, das estruturas filosóficas antecedentes” (s.p.), objetivar “novas explicações a determinados problemas, antigos ou recentes, construindo tais respostas sobre um alicerce de argumentos” (s.p.). Tais afirmações reiteram certa ideia de que o discurso filosófico se constituiria como um comentário *ad infinitum*.

Para Sanches (2011), apesar da relação sempre intrínseca entre filosofia, cultura e população, é a partir do lançamento do livro de Gaarder que os olhos do mundo se voltam novamente para a filosofia como um conhecimento útil e acessível a todos.

Aliada à perspectiva da teoria crítica, a autora debruça-se sobre o fenômeno da popularização de modo a interpretá-lo como um efeito da pós-modernidade, de um mundo “em que antigas referências ligadas à religião, família e comunidade perdem a importância” (p.129). Em relação à filosofia, ela também estabelece a dicotomia entre banalização e senso crítico, este último visto como um caminho necessário “de disseminação e aproximação da filosofia a aspectos da vida comum e de práticas cotidianas das pessoas – passo inicial para o cultivo de novos meios de pensar, refletir e aprender” (p.125).

Para essa autora, tal processo só se efetivaria caso a população tivesse maior acesso à *cultura comum*, se todos fossem produtores de cultura e não apenas seus receptores, o que se daria pela própria disseminação da cultura. Os meios de comunicação de massa, nesse sentido, *potencializariam a recepção ativa* da filosofia, tornando os meios de informação e de entretenimento como “fonte de pedagogia cultural” (p.132).

Já o texto de Paola Zordan principia distinguindo duas denotações da noção de *popular*. De um lado, o sentido de *massa/vulgar* e, de outro, o de *multidão/anônimo*, este último indicando um caminho que a filosofia deveria seguir. Zordan afilia-se à teoria pós-crítica ou pós-estruturalista, valendo-se, mormente, de Deleuze como interlocutor. Ao longo do texto, a autora alia a sua concepção de filosofia popular à de arte, advogando em favor de uma relação

necessária e indispensável entre ambas. Para tanto, toma a arte como uma prática que “subverte a opinião, aprofunda-a e a substitui pelo conceito; afinal, a arte é atividade criadora em sua essência. Daí sua extrema importância para a *pop’filosofia*, pois, é por meio da arte, que acontece a metamorfose do *factício*” (2006, p.8).

O que chama atenção nos textos acima é o consenso em torno do necessário desencastelamento da filosofia, de modo que esta viesse a se tornar mais “uma voz na conversação da humanidade” (LOPES, 2011, p.47), uma prática cultural “a partir do ponto de vista da negociação de significados” (SANCHES, 2011, p.132), uma filosofia feita para o povo, própria do povo – uma “pop’filosofia: banalidade de um pensamento que cria e inventa uma vida” (ZORDAN, 2006, p.10).

Três outros trabalhos tratam das transformações e das relações da atividade filosófica num presente midiático: um dos primeiros artigos brasileiros sobre o tema, por Charles Feitosa (2001), a dissertação de Angelo Ricardo de Almeida Guarnieri (2005) e a tese de Marli Aparecida Pechula (2007).

Feitosa realizou uma análise do conceito de *filosofia pop*, originalmente articulado por Gilles Deleuze. Por uma espécie de distinção entre as duas atribuições que se dão ao conceito *pop* na cultura geral – uma de cunho alternativo, marginal, específico, da década de 1960, e outra de cunho comercial, industrial, genérico, a partir da década de 1980 –, Feitosa, de modo parecido ao que fez Zordan, opta pelo primeiro, evidenciando que seria este o uso subversivo da tradição pelo *pop* que Deleuze gostaria de trazer à filosofia.

Valendo-se principalmente de Jürgen Habermas como interlocutor teórico, Guarnieri, por sua vez, desenvolveu um trabalho empírico sobre o tratamento oferecido à filosofia num jornal brasileiro entre 1994 e 2003. Envidando uma análise em termos de *indústria cultural e autonomia do sujeito*, o autor procura diagnosticar a relação estabelecida entre filosofia e imprensa escrita, em consonância com os diferentes interesses econômicos, políticos e ideológicos que estão em jogo nessa relação. Segundo o autor, a filosofia

permanece viva no interior das páginas do jornal Folha de S. Paulo e mantém um diálogo com seus leitores, inclusive no que diz respeito aos objetivos precípuos, que são os de informar e formar a consciência de leitores afeitos à filosofia como prática acadêmica e no tocante à sua popularização (2005, p.157).

Já Pechula, apoiada numa espécie de discurso histórico-essencialista de uma filosofia originária da Antiguidade grega, analisa seu uso contemporâneo para fins clínicos e terapêuticos, identificando quatro abordagens específicas: Gerd Achenbach, na Alemanha; Marc Sautet, na França; Lou Marinoff, nos EUA; Lúcio Packter, no Brasil. Contudo, contrariando certos estudos contemporâneos relativos às diferentes finalidades da prática filosófica em sua emergência greco-romana, a autora assevera que haveria uma contradição entre a filosofia clássica grega, voltada para a educação política, e uma possível filosofia prática de cunho terapêutico, utilizada de maneira desviante da original.

Desta feita, ora orientados pela Escola de Frankfurt, pela fenomenologia, por filósofos pragmáticos ou da ciência, ora apoiados na tradição clássica da história da filosofia, ou mesmo na filosofia contemporânea, os autores versam, em uníssono, sobre o modo como o espraiamento da filosofia na cultura oscila entre a banalização do seu rigor e a necessidade de um cultivo, senão universal, ao menos local ou pessoal, de um senso crítico aguçado para interpretar o mundo à volta. Propagam-se palavras de ordem para a tarefa da filosofia, como *revolução, formação, construção e criação* de modos de vida, tecendo também diferentes alianças, seja com as ciências contemporâneas, seja com a pedagogia e com a arte. Assim, todos parecem apegar-se à premissa da filosofia como um bem cultural, como uma prática benéfica e imprescindível, cujos resultados, quando adequadamente alcançados, seriam sempre da ordem do desenvolvimento e da melhoria da condição humana.

Popularização, governamentalização, pedagogização

Ainda que seja possível argumentar contra a ou em favor de uma presumida *filosofia para as massas*, optamos pela problematização de sua popularização com um objetivo diferente do que, a nosso ver, se viu até o momento tanto no âmbito

acadêmico quanto no jornalístico. Assim, não se trata, aqui, de perguntar se se trata de banalização ou proselitismo, se aquilo que se populariza é a *verdadeira* filosofia, ou não. De outro modo, o que nos interessa interrogar diz respeito aos jogos de veridicção/subjetivação que vêm sendo levados a cabo em nome da prática filosófica, bem como os efeitos governamentalizadores aí testemunhados.

Nesse sentido, convém esclarecer que optamos por nos distanciar de algumas abordagens que, dialogando com a teorização foucaultiana, compreendem a mídia como um dispositivo de controle e de alienação (LOPEZ; DITTRICH, 2004; HARA, 2007; RANOYA, 2009; GROHMANN, 2010). Tendo em mente o fato de que nosso problema investigativo não reside no estatuto da mídia, mas nas investidas popularizadoras aí verificadas a título de trabalho filosófico, é possível admitir, a reboque do próprio Foucault (2008), que a relação entre pensamento e mídia poderia ser compreendida, reservados seus tantos perigos, como campo de *direito ao saber* e de cultivo da *inquietação*, ou seja, espaço de mútua interpelação, de produção e de circulação de ideias, entendendo que, nessa relação, toma lugar toda sorte de estratégias ético-políticas.

Julgamos que tal popularização faz coro a um processo distinto. Poderíamos, assim, designá-lo como donatário da *popularização dos saberes* ou, de outro modo, da *racionalização da experiência*, ambas atreladas à *governamentalização* da sociedade (FOUCAULT, 2000). Tendo em mente que a circulação e a discussão pública de ideias na Modernidade datam do século XVIII, temos testemunhado, nos últimos três séculos, um acirramento dos jogos de governo de si e dos outros por meio dos saberes. Segundo Foucault,

com o final do absolutismo, o poder começou a ser exercido por meio da intervenção de um certo saber governamental, que abarca conhecimentos dos processos econômicos, sociais e demográficos. [...] As ciências políticas, econômicas, humanas passam por um verdadeiro renascimento, pois os dirigentes sabem que não se pode governar sem um saber. A qualidade do saber qualifica o governo (2011, p.307).

A governamentalização do espaço social apregoada por Foucault descreve um conjunto de práticas em um determinado período histórico marcado por

formas de governar os homens não mais a partir de um poder soberano, mas por relações específicas com a verdade. Trata-se de um mecanismo implacável dos jogos de (auto)governo, ligado à racionalização dos discursos políticos, morais e científicos sobre a vida; estes perpetrando, por sua vez, uma atitude de sujeição, cujo fim seria a salvação daqueles que se conformassem a tais discursos. As artes de governar pela verdade, oriundas e difundidas pela pastoral cristã à época do início da Modernidade, teriam se acomodado historicamente como práticas laicas de *direção de consciência* (FOUCAULT, 2000).

Não obstante, tais jogos de governo de si e dos outros nos séculos XIX e XX – subsumidos na ação do que se conveniu designar *Estado do bem-estar social*, com sua preocupação com a saúde da população, sua educação etc. – vêm sofrendo deslocamentos nas últimas décadas. Segundo Nikolas Rose (1993), nas sociedades ditas liberais avançadas ou neoliberais, a proposição desses jogos não estaria mais exclusivamente a cargo do Estado, cujos abusos de autoridade foram duramente criticados ao longo do século XX, tanto pela esquerda quanto pela direita. Nas últimas décadas daquele século, viram-se transformar essas críticas em novas estratégias de governo aliadas aos já tradicionais modos de disciplinamento e de monitoramento, por meio de técnicas de “monetarização, mercadologização, aumento dos poderes dos consumidores, contabilidade financeira e auditorias” (p.295, tradução nossa).

O que salta à vista, segundo Rose, é uma espécie de transferência da autoridade de governar a vida para uma série de práticas não estatais, as quais vêm assumindo o papel de regulação da conduta humana, este incorporado na figura dos *experts*. O que se vê aqui, então, é a autoridade sendo paulatinamente deslocada da esfera do Estado para um rol de especialistas sociais, os quais teriam a responsabilidade de instruir os cidadãos, fornecendo-lhes técnicas e conhecimentos variados para que eles próprios se responsabilizem por seu autogoverno.

A popularização da filosofia como um espriamento ou uma variação das artes de direção de consciência por intermédio da mídia contemporânea pode, então, ser problematizada, a nosso ver, não em termos de ideologia ou

manipulação, mas como uma luta perene na constituição de um tipo específico de sujeito-cidadão.

Daí que, pelo prisma da governamentalidade, tratar-se-ia, segundo Foucault, de situar as relações entre política e ética ou entre veridicção e subjetivação como um campo estratégico *móvel, transformável, reversível* (FOUCAULT, 2006): incitação de condutas e não opressão das mesmas, portanto. Assim, uma análise dos mecanismos de governo da conduta por meio da relação entre discursos, valores morais e constituição de subjetividades evidenciaria os efeitos de poder que dada prática filosófica poderia produzir.

No caso dos discursos midiáticos, foi possível detectar o fato de que ora eles analisam as questões mercadológicas (RODRIGUES, 2012), ora promovem a utilidade da popularização da filosofia (FALCÃO, 2001; CARDOSO, 2008; SANTIAGO, 2011; CORDEIRO, 2012; FEITOSA, 2011), com certa predominância desta última abordagem, pela qual alguns autores distinguem qual seria a verdadeira filosofia, insinuando as razões para tal. As exceções residem nas considerações de Orichio (2006), Safatle (2006) e Gagnebin (*apud* AQUILES, 2012), os quais mantêm certa distância em relação ao que está em jogo nessas produções: uma análise da composição do cenário da popularização, na qual ensinam uma possível reconciliação entre pensamento erudito, paciente e rigoroso e as experiências cotidianas, de modo a não simplificar ou oferecer soluções rápidas aos problemas do presente, mas cultivar certa atitude crítica.

No caso das produções culturais, foi possível aperceber-se da pronunciada diferença entre divulgação e popularização, já que as produções que elencamos como popularizadoras carregam consigo um apelo redentor, fazendo do pensar uma prática moralizante e prescritiva que coaduna com os preceitos morais em voga.

Quanto aos discursos acadêmicos, desponta uma abordagem mais ajuizadora na maioria das vezes: ora a popularização é repreensível (PECHULA, 2007; SILVA, 2011), ora ela é legítima (FEITOSA, 2001; ZORDAN, 2006; LOPES, 2011; SANCHES, 2011). Claro está que cada autor busca atribuir legitimidade à filosofia próxima ao cotidiano como meio de defender certo tipo de trabalho

filosófico, seja ele na forma de pedagogia cultural, de formação básica e indispensável para o futuro ou de um trabalho criativo e artístico.

Tal defesa da legitimidade, que aparece tanto em certos artigos jornalísticos e acadêmicos, como nas produções culturais nomeadamente popularizadoras, parece ignorar certa prática filosófica não como eminentemente criadora ou transformadora, mas como desconstrução, suspensão de juízos, distanciamento analítico-crítico – a nosso ver, atitudes profícuas para a compreensão de nosso presente.

Desta feita, seria forçoso reconhecer no advento da popularização da filosofia indícios inequívocos do processo de governamentalização social descrito por Foucault e atualizado por Rose. Ademais, talvez seja possível supor que a *expertise* do *como se deveria* viver redundaria no imperativo do *como se deve* governar a si mesmo. Exemplo disso é a iniciativa de filósofos como Alain de Botton, como demonstra uma matéria de 2012 da revista *Época*, em oferecer “textos de autoajuda leves e eruditos, repletos de referências aos grandes pensadores [para] nos ensinar a viver melhor” (VENTICINQUE, 2012, p.82). Evocando algumas variações de nomenclatura adotada para esse tipo de literatura, como *lifestyle design* ou *psicologia aplicada*, a matéria apresenta uma nova coleção de livros, a cargo de especialistas de diferentes áreas e organizada pelo filósofo suíço. Intitulada *A escola da vida* – nome também de sua escola londrina de filosofia –, a coleção oferece títulos sugestivos que vão desde *Como encontrar o trabalho de sua vida* a *Como pensar mais sobre sexo*.

De modo geral, parece-nos que a singularidade dos discursos acerca da popularização apoia-se tanto na alegação de que a filosofia acadêmica estaria apartada da realidade cultural, quanto na descrição dessa mesma realidade como incerta e cambiante, para, em seguida, o discurso filosófico despontar como algo sólido e, portanto, benéfico. Em suma, uma lógica produtiva de *crise-salvação*, de viés utilitarista e supostamente democratizante.

Como vimos, essa parece ser a tônica discursiva dominante, alardeada desde a mídia até a própria universidade. Nas publicações e aparições midiáticas aqui escrutinadas, salvo as exceções já apontadas, os filósofos passaram a figurar

como atores sociais autorizados a emitir uma gama de juízos sobre os mais variados problemas sociais, analisando e prescrevendo condutas, ajuizando comportamentos pessoais, políticas públicas, educacionais etc.

Seria o caso, portanto, de, ao se problematizar a popularização da filosofia, conferir destaque a sua performatividade e, assim, fazer surgir suas singularidades. Daí ser possível reconhecer que tal performatividade finda por produzir um modo pedagogizado e pedagogizante de se apropriar do trabalho do pensamento. Mais especificamente, trata-se de um complexo discursivo que converte o discurso filosófico em matriz de experiências relacionadas a uma formação individual intensamente regulada, não obstante se proclame criativa, livre e global. Formação de si mesmo calcada em certa concepção psico-pedagógica do indivíduo como instância psicológica dotada de consciência autônoma e imbuída da responsabilidade de autocorreção, segundo os valores da época.

Algo semelhante parece ocorrer com outras práticas afins – com destaque para as aquelas educacionais de timbre não formal – que, ao se espriarem para além das fronteiras das instituições que historicamente as delimitavam, vêm se convertendo em imperativos seculares de responsabilização e de ajustamento corretivo dos indivíduos por eles mesmos, a reboque das múltiplas diretrizes oferecidas pelos especialistas sociais. Segundo o pensador francês Jacques Rancière (2002), antecipando tais implicações, a filosofia popularizada seria a repetição do *refrão midiático do cuidado de si no cotidiano*, inscrevendo-se

na infinidade de recomendações que nos fazem, em centenas de revistas e programas de TV, médicos, psicólogos, higienistas, nutricionistas e outros, para nos ensinar a cuidar bem de nosso eu e a viver harmoniosamente a vida (Ibidem, s.p).

Talvez, não menos perigosa, como assevera Rancière, mas possivelmente menos aguerrida, as produções popularizadas da filosofia estariam, a seu modo, fomentando e reiterando alguns princípios ético-políticos dominantes da Modernidade, tal como o projeto humanista de formação com vistas à autorrealização do sujeito, de modo racional, autônomo e evolutivo, para quem,

ao fim e ao cabo, estaria assegurada uma felicidade, outrora transcendente e teológica, agora terrena, cidadã, participativa etc.

Dito isso, convém lembrar que não se trata de rechaçar o trabalho filosófico quando debruçado sobre questões *mundanas*. Ao contrário. Isso porque nos afiliamos à concepção foucaultiana de filosofia como, estritamente, *atividade do pensamento sobre si mesmo* (2006a), segundo a qual este não teria “de ser procurado somente em formulações teóricas, como as da filosofia ou da ciência; ele pode e deve ser analisado em todas as maneiras de dizer, de fazer, de se conduzir” (FOUCAULT, 2014c, p.209).

Para Georges Canguilhem (1995), quem exerceu grande influência sobre Foucault em sua formação acadêmica, a própria definição de filosofia evidencia sua relação com coisas alheias à sua realidade instituída: ela “é uma reflexão para a qual qualquer matéria estranha serve, ou diríamos mesmo para a qual só serve a matéria que lhe for estranha” (p.15).

O problema em tela reside, a nosso ver, no caráter do trabalho filosófico quando convertido em *expertise*, esta ancorada num tipo de autoridade atribuída ao filósofo a consagrá-lo como farol de supostos valores morais, bem como de modos mais apropriados ou convenientes de interpretação do próprio presente. A filosofia e o filósofo popularizados passam a ter, então, sua atuação bem definida: aliando-se a práticas corretivas e terapêuticas, findam por exercer a função de pastores de uma tal *boa consciência*, na esteira da qual cidadania, democracia e formação continuada convertem-se em diretivas morais. Nos jogos contemporâneos de governo de si e dos outros, o filósofo desponta, então, como um especialista que deve incitar o sujeito a se adequar aos preceitos vigentes, sem questioná-los. Ao fazê-lo, converter-se-ia, parafraseando Foucault (2014b), em um mero *funcionário da verdade*.

Daí o fato de o encontro entre filosofia e mídia levar-nos, hoje e mais uma vez, a indagar sobre o papel do intelectual filósofo na sociedade, sem, contudo, pleitearmos qualquer espécie de gesto diretivo ou de selo de porta-voz de uma suposta essencialidade da filosofia e sua tarefa. Nessa perspectiva, intentamos, no presente texto, oferecer uma mirada sumária sobre os deslocamentos da atividade

filosófica em meio ao contexto de midiatização/pedagogização da sociedade com o propósito de tomar certa distância do nosso presente, logrando, quiçá, diagnosticar certas forças discursivas em jogo no presente, invisibilizadas que são por suas constantes circulação e justificação.

Segundo o próprio Foucault (2014a), o trabalho intelectual, resguardado seu raio de ação no interior de uma área específica de atuação, cujas lutas locais, no entanto, findariam por extrapolar seu campo de conhecimento, jamais se avizinharia à moldagem da vontade política alheia, nem à prescrição de como se deveria viver. Ao contrário, seu trabalho é,

através das análises que faz nos campos que são os seus, o de interrogar novamente as evidências e os postulados, sacudir os hábitos, as maneiras de fazer e pensar, dissipar as familiaridades aceitas, retomar a avaliação das regras e das instituições e, a partir dessa nova problematização (na qual ele desempenha seu trabalho específico de intelectual), participar da formação de uma vontade política (na qual ele tem seu papel de cidadão a desempenhar) (2006b, p.259).

Ora, sob o manto pragmático da popularização, a convocação, a difusão e a convivência de teorias, práticas e atores filosóficos tão díspares, numa tentativa explícita de festejo da multiplicidade e da diversidade democráticas, parecem convergir, paradoxalmente, para um horizonte intelectual consensual e apaziguante, num mundo tido como incerto e em crise permanente. A filosofia e o filósofo popularizados, mesmo procurando identificar suas particularidades em meios a tantas outras práticas sociais para que, enfim, retomem sua alegada utilidade social, acabam por se confundir com essas mesmas práticas de timbre utilitarista. Destarte, tornam-se incapazes de se furtar à prescrição de valores morais, abrigando-se na confortável condição de benesse formativa ou de *commodity* cultural de aspiração redentora.

Antes de figurar de modo antagônico às práticas de ensino de filosofia nas universidades, sua popularização acarreta, a nosso ver, um acirramento dos efeitos normativos que também podem ser observados nas filosofias engajadas ideologicamente ou naquelas que atribuem a si próprias a tarefa de descoberta de verdades universais.

Se, por um lado, o filósofo pop, dos romances, das colunas semanais, dos programas midiáticos e livros de preceitos customizados, aproxima-se do cotidiano das pessoas ao oferecer fórmulas de (auto)governo como exercício de liberdade cívica; por outro, ele finda por arrefecer a tarefa crítica inerente ao gesto analítico (FOUCAULT, 2000). Os discursos filosóficos popularizados, a despeito de terem o presente como seu problema analítico e, concomitantemente, seu foco de atuação, dirigem-se a ele mais como um terreno fértil para semear verdades inexoráveis do que como um solo minado por certezas frágeis e, no limite, disparatadas. Na ânsia de assegurar um controle utópico sobre o viver, embota-se a capacidade do pensamento de se impacientar consigo próprio, relegando o trabalho crítico e criativo à condição de pastor ordeiro de uma vida. Esta, no entanto, reluta intempestiva, insuspeita, impopular.

Referências

- ALVARENGA, Tales. Nova filosofia. **Veja**, Seção Educação, p.101-102, 28 mar. 1979.
- AQUILES, Marcio. Publicações decodificam alta erudição para leigos. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, p.E12, 05 jun. 2012.
- BARTOLOMEI, Marcelo. Globo estreia série e tenta popularizar a filosofia. **Folha de S. Paulo**, Caderno Ilustrada, São Paulo, p.E6, 17 jul. 2005.
- CANGUILHEM, Georges. **O normal e o patológico**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- CARDOSO, Rodrigo. Filosofia em alta. **IstoÉ**, 11 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/2014/artigo91916-1.htm>>. Acesso em: 10 nov. 2012.
- CORDEIRO, Tiago. Filosofia POP. **Galileu**, abr. 2012. Disponível em: <revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,ERT299871-17773,00.html>. Acesso em: 12 ago. 2012.
- CORREIA, Carlos João Nunes. Os usos da filosofia. **Philosophica**, Lisboa, n.6, p.35-42, 1995.
- FALCÃO, Daniela. Viva melhor à luz da filosofia. **Folha de S. Paulo**, Caderno Equilíbrio, São Paulo, p.8-10, 21 jun. 2001.
- FEITOSA, Charles. O que é isto – Filosofia Pop? In: LINS, Daniel (org.). **Nietzsche e Deleuze: Pensamento Nômade**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001. p.95-105.

_____. Entre a academia e a receita de bolo. **Revista de História**, 30 nov. 2011. Disponível em: www.revistadehistoria.com.br/secao/educacao/entre-a-academia-e-a-receita-de-bolo. Acesso em: 02 ago. 2012.

FOUCAULT, Michel. O que é a crítica? (*Crítica e Aufklärung*). Trad. Antônio C. Galdino. In: BIROLI, Flávia; ALVAREZ, Marcos César (orgs.). **Michel Foucault: histórias e destinos de um pensamento**. Cadernos da Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC-UNESP), v.9, n.1. Marília: UNESP-Marília-Publicações, 2000. p.169-189.

_____. O uso dos prazeres e as técnicas de si. In: _____. **Ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006a. p.192-217. (Ditos e escritos V).

_____. O cuidado com a verdade. In: _____. **Ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006b. p.240-251. (Ditos e escritos V).

_____. A ética do cuidado de si como prática da liberdade. In: _____. **Ética, sexualidade e política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006c. p.264-287. (Ditos e escritos V).

_____. **A hermenêutica do sujeito**: curso dado no Collège de France (1981-1982). São Paulo: Martins Fontes, 2006d.

_____. O filósofo mascarado. In: _____. **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. p.299-306. (Ditos e escritos II).

_____. O mundo é um grande hospício. In: _____. **Arte, epistemologia, filosofia e história da medicina**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. p.307-309. (Ditos e escritos VII).

_____. Entrevista com Michel Foucault. In: _____. **Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014a. p.13-34. (Ditos e escritos IX).

_____. Prefácio. In: _____. **Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014b. p.7-10. (Ditos e escritos IX).

_____. Prefácio à História da sexualidade. In: _____. **Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014c. p.207-213. (Ditos e escritos IX).

GROHMANN, Rafael do Nascimento. Michel Foucault, discurso e mídia. **Anagrama**: revista científica interdisciplinar da graduação, ano 3, n.2, p.1-11, dez 2009/fev 2010.

GUARNIERI, Angelo Ricardo de Almeida. **O lugar da Filosofia na imprensa escrita**: No jornal a Folha de S. Paulo (1994-2003). Dissertação (Mestrado). São Paulo: Universidade São Marcos, 2005. 161p.

HARA, Tony. Sociedade da Comunicação: controle e captura da singularidade. **Revista Aulas**, v.3, p.1-10, 2007.

LOPES, Marcos Carvalho. Em cima das árvores: a filosofia e o restante da cultura. **Trilhas Filosóficas** (Impresso), v.IV, p.37-49, 2011.

LOPEZ, Debora Cristina; DITTRICH, Ivo José. A mídia brasileira e a noção de poder em Foucault. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, 2004. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-ivo-midia-brasileira-Foucault.pdf>. Acesso em: 03/02/13.

ORICHIO, Luiz Zanin. Pílulas de sabedoria para uma vida feliz. **O Estado de São Paulo**, Caderno Cultura, São Paulo, p.D6, 05 nov. 2006.

PECHULA, Marli Aparecida. **A Filosofia e seus usos: crítica e acomodação**. Tese (Doutorado). Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2007. 204p.

RANCIÈRE, Jacques. A filosofia no banheiro. **Folha de S. Paulo**, Caderno Mais!, São Paulo, 20 jan. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2001200206.htm>>. Acesso em: 05/06/2014.

RANOYA, Guilherme. **Biopolítica, comunicação e o poder pastoral**. Dissertação (Mestrado). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009. 105p.

RODRIGUES, Carla. A filosofia está viva. **Valor Econômico**, 31 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/2811542/filosofia-esta-viva>>. Acesso em: 02 fev. 2013.

ROSE, Nikolas. Government, authority and expertise in advanced liberalism. **Economy and Society**, v.22, n.3, p.283-299, ago. 1993.

SAFATLE, Vladimir. Nietzsche, Bob Dylan, Janis Joplin, Platão.... **Folha de S. Paulo**, Caderno Mais!, p.7, 12 nov. 2006.

SANCHES, Tatiana Amendola. Filosofia pop: o fenômeno da popularização da filosofia e suas relações com a cultura midiática. **Mediação**, v.13, n.13, p.124-135, jul-dez 2011.

SANTIAGO, Silviano. A filosofia POP em questão. **O Estado de São Paulo**, Suplemento Sabático, p.S2, 14 maio 2011.

SILVA, Saulo Henrique Souza. A filosofia em meio à popularização e ao estranhamento. **Jornal da Cidade**, Aracaju, p. B4, 22-23 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.ufs.br/conteudo/filosofia-meio-populariza-ao-estranhamento-3163.html>>. Acesso em: 10/11/2012.

VENTICINQUE, Danilo. As lições de um filósofo pop. **Época**, p.82-90, 03 set. 2012.

ZORDAN, Paola. Povo e Filosofia: um encontro necessário. **Educação, Cultura e Conhecimento na contemporaneidade: desafios e compromissos – 29ª Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação**,

Caxambu-MG, 2006. Disponível em:
<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1310/000569235.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 02/10/2012.

Recebido em 13/06/2014
Aprovado em 02/12/2014