

RESENHAS

A escola de Frankfurt revisitada

ASSOUN, Paul-Laurent. A Escola de Frankfurt. São Paulo, Ática, 1991

Carlos Nelson Coutinho em um pequeno artigo intitulado "A Escola de Frankfurt e a cultura brasileira", publicado na revista *Presença*, sugere dois termos específicos de influência da Teoria Crítica no Brasil: o final dos anos 60 quando o autor privilegiado era Marcuse e a década de 80 quando, apesar dos autores publicados serem variados, os destaques ficam com Benjamin e principalmente Habermas, inclusive através dos trabalhos de Sérgio Paulo Rouanet dedicados a eles. Antes de continuar nosso itinerário caberia perguntar se em meados dos anos 70, mesmo sob o obscurantismo da ditadura, não aconteceu uma pequena floração destes estudos, quando as presenças mais significativas são Benjamin e Adorno. Penso particularmente nos esforços empreendidos no campo dos estudos da comunicação contemporânea por Gabriel Cohn e nos textos de Flávio Kohle: *Para ler Benjamin* (1976) e *Benjamin & Adorno: Confrontos* (1976).

De qualquer modo, sem levar adiante a discussão, a trajetória de nossa aproximação com o pensamento frankfurtiano parece estar expressa nestes momentos nodais. Felizmente o momento aberto na década de 80 parece não ter se esgotado. A publicação de *Os arcanos do inteiramento outro* (1989) de Olegário Mattos; *Teoria Crítica I* (1990) de Max Horkheimer; o recente lançamento pela Ática de *A Escola de Frankfurt* de

Paul-Laurent Assoun e a prevista versão brasileira de *A Escola de Frankfurt* do sueco Goran Therborn, além de textos de Habermas ou sobre ele, parecem sugerir uma continuidade de interesse por este pensamento designado pela expressão "Teoria Crítica".

A expectativa é que no bojo deste fluxo editorial sejam traduzidos obras capitais como *Mínima moralia* e *Dialética negativa* de Adorno; *As passagens de Paris* de Benjamin; a planejada *Teoria Crítica II* de Horkheimer e textos essenciais sobre eles, como por exemplo: *The dialectical Imagination* de Martin Jay, *La théorie critique d'Ecole de Frankfurt* de Jean-Marie Vicent e *Origins of negative dialectics* de Susan Buck-Mors.

O último lançamento ocorrido no Brasil é o pequeno livro de Paul-Laurent Assoun, antes referido e já publicado desde 1989 em Portugal. O autor é razoavelmente conhecido no Brasil através de inúmeros livros, inclusive de *Marxismo e Teoria Crítica*, em co-autoria com Gérard Raulet, publicado pela Zahar Editores em 1981 e dedicado ao pensamento da escola.

O ensaio agora traduzido foi publicado na França em 1987 e busca, em seu caráter didático, responder a pergunta "O que é a Escola de Frankfurt?". Ainda na introdução, o autor dá contornos precisos à sua aproximação do denso pensamento frankfurtiano ao escrever: "Pode com efeito pressentir-se o sentido do projeto através da profunda originalidade do discurso de Frankfurt: intervir, não em campos já constituídos, mas como gerador de um campo *sui generis*, sob

pena de retirar às matérias existentes fragmentos que lhe conferem o seu aspecto 'barroco', pois que ele é ao mesmo tempo 'filosófico', 'sociológico' e 'político'."

Este é o campo onde se move a Teoria Crítica e ele tem suas exigências. Uma delas, perfeitamente compreendidas pelo autor, é a articulação fundante entre a reflexibilidade filosófica, que se fundamenta sobre o rigor do conceito, e a investigação científica, que se apóia na relação com objeto empírico. Partindo destas premissas o livro organiza-se em três partes:

- 1 - "Crítica da razão identitária: a filosofia da Escola de Frankfurt";
- 2 - "Crítica da autoridade: a sociopolítica da Escola Frankfurt";
- 3 - "Crítica da razão histórica: a filosofia da história da Escola de Frankfurt".

Construção didática, mas problemática porque reintroduz a fragmentação em campos que o pensamento crítico procura superar, enquanto projeto intelectual.

Na primeira parte realiza-se um fundamental acerto de contas com a tradição do idealismo tão caro à Teoria Crítica, o interlocutor privilegiado é a "filosofia da identidade", em especial em sua inscrição hegeliana. Tem-se aqui um dos pontos essenciais para a compreensão da radical e desesperada busca pela singularidade, diferença e individualidade empreendida pelos teóricos de Frankfurt. Na parte dois, os interlocutores acionados nos "estudos acerca da autoridade" são o marxismo e a psicanálise. Aos poucos vai se constituindo a pleiade de pensamentos rigorosamente pilhados, porém nunca sintetizados, que interagindo e por vezes convergindo de modo complexo configuram o que se designou como "Teoria Crítica".

A parte terceira e última concentra-se em torno da intitulada

dialética da razão e da essencial crítica do iluminismo e da cultura, tornando-as indispensáveis. Aqui nos encontramos na gravitação da constelação original do pensamento de Frankfurt, naquilo que dá e mantém a atualidade desta teoria. Como escreve Paul-Laurent Assoun: "Num momento em que tanto se questiona a crise dos sistemas, e da história a saber, a originalidade da Escola de Frankfurt é que ela pensa a crise sem nunca abdicar da ambição racional. Esta disjunção do real e do racional funciona como um imperativo de reintroduzir razão na história". Um logos não desesperado, mas que enfrenta, sem nenhuma concessão, as suas "doenças".

Antonio Albino Canelas Rubim
Professor do Departamento de Comunicação e do Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas

A história possível da propaganda

TÍTULO DA OBRA: A história da Propaganda no Brasil

AUTORES: Renato Castelo Branco, Rodolfo Lima Martensen e Fernando Reis. São Paulo, T.A. Queiroz Editor Ltda., 1990, 486 páginas.

Fundado há pouco, O IBRACO, Instituto Brasileiro de Altos Estudos de Comunicação pretende ser um instrumento de investigação científica, visando a elevação nos padrões profissionais da área de propaganda e da comunicação social. Sua primeira contribuição, é um exercício vigoroso, escrito a 78 mãos, por 39 autores que produziram 42 pequenos artigos sobre a pro-

paganda enquanto instrumento de comunicação e de poder no Brasil.

O livro fala sobre tudo e sobre todos os que, nos últimos anos ligaram-se à propaganda. Resgata desde a Carta de Pero Vaz de Caminha - a primeira peça de promoção de vendas da propaganda brasileira - passando pela primeira postura municipal proibindo que os comerciantes "ao apregoarem suas mercadorias, falassem mal dos produtos concorrentes", já em 1543, na capitania de São Vicente, chefiada por Martim Afonso de Souza, que com esse gesto colocou o Brasil "como um dos primeiros países a legislar sobre propaganda e concorrência desleal". Resgata igualmente o primeiro anúncio impresso na Gazeta do Rio de Janeiro de 1908; sem antes registar o tempo dos pregões; e as comunicações religiosas, as oficiais da logotipia nos ferros de marcar gado e escravos."

E não só o primeiro anúncio o livro resgata. Ele inclui, espalhados por seus artigos, os precursores nas diversas áreas de atuação da propaganda: a primeira agência, a Castaldi & Bennaton (1913/14); o primeiro anúncio em rádio, na Rádio Tamoio, em 1927, época em que a Tamoio se chamava Educadora do Rio; os primeiros decretos, assinados por Getúlio Vargas em 1934, dispondo sobre o usos da propaganda ao ar livre no Distrito Federal, no mês de janeiro e outro em junho, que tratava - como Martim Afonso de Souza - "da concorrência desleal e coloca a propaganda falsa como crime". Fala das primeiras associações de classe, fundadas em 1937, a Associação Brasileira de Propaganda no Rio de Janeiro e a Associação Paulista de Propaganda em São Paulo, do 1º Salão Brasileiro de Propaganda, sediado no Rio de Janeiro em 1938.

Ainda sobre "a pré-história da propaganda no Brasil, onde não se en-

sinava propaganda, aprendia-se", o livro resgata os papeis do primeiro publicitário, Julião Machado, em 1986, "autêntico precursor da propaganda integrada, pois ele mesmo escrevia e ilustrava os seus próprios anúncios" e do primeiro empresário da propaganda, lá pelos idos de 1910, o empresário paulista José Lyra, que era conhecido como "homem-reclame" e que conseguiu o feito inédito de trazer os intelectuais para área. Atribui-se a Lyra o convite inicial para que o poeta Olavo Bilac deixasse de versejar e redigisse seus primeiros anúncios.

Fala do primeiro departamento de propaganda, o da General Motors, em 1926 e com ele, a chegada de expressões como layout, slogan, copywriter, entre outras. Fala do primeiro curso de propaganda, em 1951, no Masp e da fundação da primeira Escola Superior de Propaganda, a hoje ESPM, em 1955. Resgata também o 1º Congresso Universitário da propaganda, realizado pela USP em 1972. E cita outros primórdios.

O livro é importante igualmente porque relata as grandes diferenças entre a Rua do Ouvidor no final da primeira metade do século, cheia de ourives, sapateiros, relojoeiros, tipografias, fabricantes de carruagens, casas de modas, retratistas e floristas, e chega ao final dos anos 90 com o Brasil apontado como uma das maiores potências mundiais entre o volume de anúncios produzidos e veiculados.

E fala de tudo um pouco. Das raízes da nossa propaganda; a presença dos intelectuais nela; a modernidade trazida pelas grandes agências multinacionais; a institucionalização e a constituição das associações de classe; o início e a evolução do ensino da propaganda; a auto-regulamentação e a ética como componentes indispensáveis para o sucesso no setor; o colonismo publicitário que se inicia no

jornal "O Globo" e chega aos anos 90 com revistas, jornais e um sem número de colunas espalhadas por jornais dos grandes e médios centros urbanos e culturais do país.

E apresenta as novas tendências, o marketing, o out-door, as revistas, o desenvolvimento das pesquisas, a criatividade, o papel das relações públicas no setor, a mídia, os serviços de controle e aferições, o planejamento, a fotografia, o jingle, a televisão. Não se esquece de nenhum detalhe. E mais, incursiona até pelas articulações que a propaganda consegue ter nos dias de hoje no plano regional, com a expansão dos negócios em Estados brasileiros como o Pará e o Amazonas, Ceará, Pernambuco e Bahia. E um painel rigoroso do negócio da propaganda no Sul do Brasil, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

O livro organizado por Renato Castelo Branco, é sobretudo uma contribuição à historiografia da propaganda, com todos os pecados originais nítidos dos publicitários: muitas alianças, muitas passagens repetidas, muitos nomes (há momento em que se declinam todos os nomes dos membros do Conselho de Ética do CONAR desde 1980); muitos elogios. Contudo, o esforço para reunir, lado a lado, os maiores e mais expressivos nomes do campo profissional da propaganda, para registrar em artigos heterogêneos e, e por isso mesmo muito ricos em informação, foi definitivo para chegarmos a uma obra deste porte para agora a partir desta, com roteiro cumprido pelos publicitários, que um historiador pegue daí, e a partir de critérios científicos que não os de cluismo ou de amizadismo, legue aos estudiosos, professores, estudantes e profissionais, um volume enxuto e rigoroso contando a História da Propaganda no Brasil.

Adolpho Queiroz

Diretor do Centro de Ciências
Humanas da Universidade
Metodista de Piracicaba - SP.

A estética do desaparecimento

VIRILIO, Paul. *Esthétique de la Disparition*, Editions Galilée, Paris, 1989, 2ème édition.

A Estética do Desaparecimento é uma etapa da obra de Paul Virílio que discute temas ligados à análise da vida urbana, como outros pensadores franceses da atualidade, entre eles Jean Eaudrillard e Lucien Sfez. É uma leitura apaixonante que prende o leitor pela velocidade com que os conceitos desfilam, embora o centro da discussão do livro seja a própria velocidade. É pela velocidade que o real se afasta, é pela sua não percepção que ele desaparece. E este desaparecimento cria uma estética própria, signo da modernidade.

Segundo o autor há diferentes enfoques em que este conceito pode ser visto: "a ausência; viajar para esquecer, aconselhando outrora neurastênicos, ameaça a tentação suicida lhe opondo um substituto, a pequena morte da partida; a aquisição da rapidez de partir é o desaparecimento no sem-amanhã. A festa da viagem, para cada um, é como uma repetição diferente do seu último dia".

Fazendo uma relação com a psicanálise, Paul Virílio explica que "a ilusão da velocidade permite ao *voyeur-voyageur* projetar além do pábrisa seus próprios fantasmas". É um exorcismo sem auxílio da religião ou do terapeuta de que o viajante pode-se valer. Os fantasmas são afastados não pelo desaparecimento real deles, porém pelo afastamento do sujeito do lugar onde estes fantasmas são reais.

Outro conceito ligado à velocidade é o conceito da sedução que aparece em Virílio unido à imagem da mulher. "A sedução é um ritual de passagem de um universo a outro que implica uma grande partida comum para a humanidade, o início de uma navegação dos corpos e dos sentidos". Neste ritual a mulher é o centro do universo. "O ato da sedução está precisamente inscrito na dinâmica do mundo e a mulher, aí, não é possessiva, possuída ou possuidora, mas catalizadora, força de atração que torna-se gravitação, pensamento universal, *axis mundi*. E continua. "Amante da passagem, a mulher tem até agora organizado efetivamente tudo aquilo que é velocidade; tudo o que pertence ao movimento da vida dos homens se inscreve nela ou entra em concorrência com ela".

O discurso do autor é codificado em uma linguagem fragmentada, como que na procura de um ritmo mais veloz, aproximando o veloz e o desaparecimento no ato da escritura. A língua francesa se presta muito bem a este estilo, a este discurso que tenta recriar o real a partir da percepção da velocidade com que a realidade desfila aos nossos olhos.

A Estética do Desaparecimento é a estética fugidia do cinema, "pois o que lançou as massas para as salas de cinema lança-as agora para as poltronas dos automóveis", diz Virílio. "Sob este ângulo, a evolução das salas de cinema se revela útil à análise urbana: a imensa nave obscura cede lugar a pequenos volumes compartimentados que lembram estranhamente as cabines dos meios de transportes".

Neste contexto, a velocidade trata a visão como matéria primeira. Com a aceleração, "viajar é como filmar" e a própria morte, neste sentido, torna-se "simples acidente técnico".

Pensador do primeiro mundo,

francês por formação e posição de pensar, o autor Paul Virílio é uma das grandes presenças críticas da modernidade. É impossível pensar o momento presente sem um contato mais moderado/elaborado com a belíssima obra escrita por ele, pois isto implicaria numa redução do próprio conhecimento crítico da modernidade.

Glória Kreinz

Dra. em Ciências da Comunicação,
Pesquisadora do Núcleo José Reis de
Divulgação Científica - ECA/USP

A cidade

CARLOS, Ana Fani A. *A Cidade*.
Editora Contexto - São Paulo -
1992, 98 p.

O que é a cidade?

Com esta indagação deliberadamente deixada em suspenso, a autora remete a um universo estético e conceitual no qual se vê configurar-se a metrópole.

A rigidez das formas que aparecem no plano do imediato, plano do diretamente perceptível e concreto à distância aparecem como um emaranhado de difícil apreensão porque na esteira das formas coexistem-se os homens e suas relações.

Não obstante, a poética do mundo persiste e a cidade produz a sua própria representação com a que se veicula na poesia concreta com sua assimétrica objetividade. A poética urbana parece indicar na superação da métrica e da rima um ritmo que por analogia o ritmo da metrópole. Ritmo febricitante dos signos que emitem ordens; o tempo vivido como o tempo da pressa; o corre-corre subtraindo o tempo da vida. "Time is money" nos diz a autora.

A ordem próxima do lugar se dilui. Impõe-se uma ordem mais universal de espaço-lugar que se acompanha de uma outra ordem a da im-

pessoalidade. Vive-se o repetitivo, linear e cíclico como trivialidade repleto de gestos mecânicos, atos desprovidos de sentido no passar das horas, dias, meses e anos.

Mas as formas ainda que rígidas têm que ser vividas e por isso trasgredidas. É o cotidiano com e pelas "apropriações possíveis" que a vida se revela como drama urbano. O drama que constitui a trama da crônica destes tempos e que se estampam nos jornais cotidianos.

Insiste a autora que a cidade é a expressão mais contundente do processo de produção da humanidade; que a paisagem urbana e a cidade nos abre a perspectiva de entendermos o urbano porque aponta, indica uma totalidade: A sociedade urbana.

Assim, o urbano como objeto do pensamento e da prática se revelará com mais do que um modo de produzir, ou seja, se revelará também como um modo de consumir, pensar, sentir enfim como um **modo de vida**.

Certamente um modo de vida não se revela literalmente no e pelo modo de produzir mas o contém como determinante. Não se trata evidentemente de determinismo. Pois, não obstante o modo de vida sintetizar diferentes tempos sociais e históricos da existência humana, numa embricação complexa de resíduos culturais (valores, habilidades) que de alguma forma sobrevivem nos interstícios da lógica rígida das formas, impõe-se sempre um modo de ser hegemônico como **modelo de ser**. Trata-se de uma atualização por cima da trama que compõe a textura da sociedade. Nos anos 50 a questão era *ser up to date* nos anos 90 *ser in*.

Este raciocínio apresentado envolvendo a noção de modo de vida pode-se o conceber como primoroso.

A cidade ganha realidade como trabalho materializado como pro-

dução social complexa que guarda multiplicidade de tempos sociais. Portanto abriga a dimensão da cultura.

Chega-se à questão da produção do espaço afirmando que a história tem uma dimensão espacial que emerge no cotidiano das pessoas através do modo de vida urbano. As formas de ocupação e ou utilização do lugar o traduzem. A diferenciação das formas de uso será a manifestação espacial da divisão técnica e social do trabalho. O uso do solo é disputado pelos vários segmentos da sociedade em meio a graves conflitos.

Assim, refletindo sobre a plasticidade da cidade a autora nos conduz ao caminho dos conceitos que fundamentam o entendimento da industrialização e da urbanização como processos correlatos e universais através dos quais se generalizaram as trocas. Países foram aproximados e se aprofundou a divisão do trabalho, redefiniram-se hierarquias e dependências. Mas cabe pensar numa cidade humana, num novo urbano que seria a superação da atual ordem econômica, social, jurídica, política e ideológica. Conquistas democráticas colocam-se como fundamentalmente prioritárias para o avanço em direção à construção de uma nova sociedade. O direito à cidade manifesta-se como a forma superior dos direitos porque implica liberdade e individualização na socialização.

Uma última palavra, a leitura deste trabalho interessa a todos que vivem, trabalham e pensam a cidade contemporânea e sobretudo àqueles que querem conosco descobrir tudo ou pelo menos parte do que está oculto, na sua majestade: A Cidade.

Odette Carvalho de Lima Seabra

Professora do Departamento de Geografia - FFLCH/USP