

O HERÓI COM MIL MÁSCARAS

SUPERMAN Y SUS AMIGOS DEL ALMA. By ARIEL DORFMAN AND MANUEL JOFRÉ.

(Buenos Aires: Editorial Galerna, 1974. Pp. 200.)

LA CULTURA COMO EMPRESA MULTINACIONAL. By ARMAND MATTELART.

(Buenos Aires: Editorial Galerna, 1974. Pp. 177.)

Algumas pessoas ainda insistem em continuar pensando que coisas tão inocentes quanto as histórias-em-quadrinhos possam ter efeitos deletérios sobre os desavisados leitores. Condenar as histórias-em-quadrinhos tornou-se tão banal que até passou de moda. Há uma ou duas gerações atrás os pais costumavam proibir a entrada dessas histórias em casa, sob vários pretextos, dos quais o mais sensato era o de que elas prejudicavam a formação do hábito de leitura nos filhos, devido a seu forte teor visual. Agora, analisá-las e interpretá-las para fundamentar a condenação, pouca gente o faz. Há quatro anos, Dorfman e Mattelart¹ submeteram as revistas Disney a um exame severo, do ponto de vista do colonialismo cultural. Mais recentemente, esses autores publicaram separadamente dois novos livros. Em *Superman y sus amigos del alma*, Ariel Dorfman estuda um herói, o Zorro;² completa o volume um trabalho de Manuel Jofré relatando um experimento feito no Chile, no sentido de tentar mudar as histórias-em-quadrinhos. Por outro lado, Armand Mattelart, em *La cultura como empresa multinacional*, estabelece certas conexões entre trustes e indústria cultural que, pelo menos para os leitores latinoamericanos com difícil acesso a informações, são de arrepiar os cabelos.

O exemplo central tomado por Dorfman é um episódio em que o rico dono de um vale cheio de cavalos selvagens deseja vendê-los. Ora, trata-se de uma das últimas reservas naturais existentes no Oeste, e, nas palavras do Zorro, em estado de natureza desde que os primeiros colonos ali chegaram. O conflito inicial está deslanchado: natureza versus lucro, sem que ninguém se refira aos índios, anteriores à chegada do colonizador branco, sem que ninguém ponha em xeque o direito do dono à sua propriedade privada sobre bens naturais. Acontece que o menino, filho do dono, foge para dentro do vale dos cavalos selvagens; o Zorro e seu fiel companheiro Tonto (um índio!) vão procurá-lo para salvá-lo de morte certa. Mas Silver, o cavalo do Zorro, deseja ficar lá, entre seus irmãos. Um truque o traz de volta: um disparo da mesma arma com que uma vez o Zorro salvara sua vida, quando o cavalo fora atacado por um búfalo. Grato, o proprietário promete não dizimar a reserva e só apanhar para vender os cavalos que correm soltos pelas pradarias.

Vejamos agora os passos da análise de Dorfman. Aparentemente, é uma história inocente, que nada tem a ver com política nem com lavagem cerebral. Como em toda história, há uma crise que ameaça o equilíbrio do cosmos e é necessário restabelecer esse equilíbrio. A ação do herói é decisiva para isso. Ele não é indiferente: é virtuoso, forte, hábil, tem capacidade de persuasão e certeza

de seus valores morais. A identificação do leiter com o herói é imediata. Seu adversário, o dono, só quer ganhar dinheiro saltando qualquer obstáculo. O foco do conflito não passa pelas relações de trabalho; como os assalariados do dono não produzem nada, dedicam-se a uma atividade de mera coleta de produtos naturais, o conflito direto é entre o proprietário e a natureza. O próprio Zorro sugerira ao dono que não destruísse a reserva, mas caçasse os cavalos das pradarias, ao que este retrucara que era mais barato tirá-los da reserva. Na realidade, o antagonismo apresentado pela história não é entre virtude e dinheiro (Zorro e dono), mas entre virtude e ganância excessiva. Tanto é que, no final, o Zorro pode ir embora sossegado porque o proprietário ficará como guardião da reserva de cavalos selvagens, contentando-se em apanhar e vender os que correm soltos. O que a história condena é apenas o excesso de ganho, mas considera legítimo que seja um o dono dos bens naturais, e outros os seus assalariados. A virtude do Zorro termina por despertar o potencial virtuoso que, no fundo, havia no coração do dono, que continuará a caçar e vender cavalos, mas sem excessos. O mal estava apenas no excesso.

Entra aqui a pergunta: por que foi escolhido este excesso, e não outro? Por que o leitor da história também fica contra o dono, até que este reduza sua ganância? Alguma experiência viva do leitor deve ter sido mobilizada nesse sentido. Por parte dos norte-americanos, a defesa do natureza e as preocupações com a ecologia têm estado em primeiro plano já há vários anos. O avanço tecnológico tem sido feito à custa de exaurir as reservas do mundo e de destruir sistematicamente a natureza. Se a revolução industrial no século XIX gerou o mito de Frankenstein, em que a máquina acaba por destruir seu inventor, na metade do século XX a devastação de natureza estoura na consciência cívica dos Estados Unidos e dali se espalha para o resto do mundo. O vale dos cavalos selvagens é, simbolicamente, a expressão desta preocupação. E o dono do vale deseja deixar como herança para seu filho mais dinheiro, em vez de um meio ambiente não poluído, tal como o fazem, por exemplo, as indústrias químicas no mundo inteiro.

Todavia, o dono se arrepende, isto é, reconhece os limites dentro dos quais deve se manter, e vai caçar cavalos em outro lugar. Por outras palavras, certas reservas naturais devem ser protegidas da ganância, mas outras não. O mundo fica dividido em dois: o vale, protegido, e a pradaria, onde a ganância se pode legitimamente exercer. Ninguém indaga pelo que vai acontecer lá na pradaria.

O espaço mítico do vale selvagem é uma utopia típica das histórias-em-quadrinhos. Nelas há sempre lugares onde a civilização não penetrou, onde o tempo está parado, onde o homem pode existir como “bom selvagem.” Este espaço mítico se liga também com a mania do turismo e com a representação dos países subdesenvolvidos como lugares primitivos onde reina eterna felicidade. No caso norte-americano, reitera-se o mito da Fronteira.

Já os índios não fazem parte dessa natureza. A historinha deixa de lado a maneira sangrenta, os séculos de incessantes massacres necessários para que os colonizadores se aposassem do Oeste e fizessem recuar a fronteira.³ De um

lado, tem-se a natureza primitiva e intemporal; de outro, a civilização branca. A origem da propriedade está escondida, não se deveu à violência nem à destruição dos conquistados.

A presença do filho do dono como elemento mediador da redenção de seu pai tem o mesmo significado, na ordem humana, que o vale na ordem da natureza. As crianças também são reservas de bondade e inocência, antes que se tornem adultos e civilizados.

Cabe aqui uma indagação. Por que os elementos regeneradores—vale e criança—não seduzem os demais, a tal ponto que o dono resolva abandonar tudo e viver feliz com seu filho no vale? O que aconteceria se todos os gananciosos procedessem assim? Claro que a historinha não poderia propor isso; seria o mesmo que propor o abandono de “civilização.” E essa não é a missão do Zorro, que está ali apenas para corrigir os excessos. Os próprios elementos regeneradores contêm perigos. O leitor é lembrado de que o Zorro salva o menino no momento em que este está sendo atacado por um puma, a quem mata. E os cavalos selvagens também atacam, tanto os seres humanos, como o domado Silver. Ou seja, a natureza pode se desequilibrar e tornar-se ameaçadora; para restabelecer o equilíbrio, a ação do Zorro é fundamental.

Dessa maneira, parece ser fulcro talvez generalizável desse tipo de historinha uma contradição que gera uma crise, a qual por sua vez é resolvida apenas como conflito, enquanto a contradição permanece. O Zorro vive num mundo em que os proprietários têm bons sentimentos, são pais de filhos puros, e podem ser persuadidos a diminuir seus lucros em prol da comunidade. Por seu lado, a crise deve ser tal que o leitor se sinta preocupado por ela no mundo real. Na historinha, o conflito é solucionado desde que a crise seja desvinculada de suas causas: omitem-se as causas e se resolve a crise, aquela crise particular. Ou seja, resolve-se a aparência, sem que se toque no real.

Ao contrário do que vem acontecendo com o herói da literatura culta há séculos—lido sempre por mínimas audiências—que se vem dissolvendo e se afastando do mundo, nos produtos da indústria cultural o herói é aquele que modifica a História. Seu caráter providencial (sempre chega num momento de crise), seu papel de mediador entre as forças conflitantes, principalmente sua integridade montada numa ausência de dilaceramentos internos, tornam-no eterno: ele muda exterior, mas nunca a si próprio. Modificando aparentemente a História, por meio de sua agitação física incessante, o herói serve para conservar o mundo como ele é.

O Zorro, diferentemente de outros superheróis, não é dotado de superpoderes. Tampouco tem uma segunda identidade, como é o caso de Batman, Superman, etc. Não tendo superpoderes nem outra identidade, todavia *nunca tira a máscara*: é herói o tempo todo, sem descanso ou férias, a serviço de Justiça. Ora, a máscara é uma dificuldade a mais, porque as outras personagens logo desconfiam de alguém que ande mascarado; a máscara é um estigma, usam-na ladrões e outros delinquentes. Já que não há identidade secreta nem vulnerabilidade, o que disfarça o disfarce? Basta perguntar qual é a instituição social que tem as mesmas características do Zorro: administra e executa a Justiça sem

infringir as leis, está em permanente vigilância, corrige excessos e desmandos, mantém as contradições resolvendo as crises, apresenta-se como mediador entre interesses em choque. Ou seja, o Estado. A máscara do Zorro máscara o Estado. O leitor, de sua parte, é protegido pela máscara do Zorro de enxergar nele diretamente o Estado, que preserva sua distância e inacessibilidade. Mas tampouco é inferiorizado pelo Zorro, pois nem leitor nem Zorro têm os poderes sobrenaturais dos superheróis; e pode, com o Zorro e por meio do Zorro, participar do ordenamento das leis que regem o mundo.

A época em que esta personagem surgiu explica muitos de seus traços. Juntamente com outros heróis de histórias-em-quadrinhos, nasceu logo após a famosa depressão de 1929 nos Estados Unidos, contemporânea do ascenso do nazi-fascismo na Europa. Foi uma ocasião em que, para os norte-americanos, o Estado precisou intervir como elemento regulador da economia interna e como amparo das camadas mais pobres através de assistência social. Heróis desse tipo não são totalitaristas, ao contrário, mostram o Estado como um indivíduo que protege as liberdades individuais e os direitos civis.

Importante, neste passo, é mudar a perspectiva, e tentar ver o Zorro do ponto de vista subdesenvolvido. Para o leitor norte-americano, ele representa modelos moralistas e paternalistas, renova a confiança na liderança da liberal-democracia. Mas para o subdesenvolvido ele apresenta uma interpretação da realidade segundo os modelos da metrópole, significa tomar os valores da metrópole como os ideais a serem alcançados pelo subdesenvolvimento. Assim é, por exemplo, o que se passa com os superpoderes e o uso da ciência; esta é sempre boa quando em mãos dos superheróis, só os vilões seus inimigos fazem mau uso dela, perdendo, invariavelmente. Portanto, importar tecnologia e desejar que sua realidade seja igual à dos Estados Unidos é a interpretação que resulta na cabeça do leitor subdesenvolvido. Se o herói aparenta modificar a História quando na verdade apenas conserva o mundo através da solução das crises, no contexto desenvolvido, já no contexto subdesenvolvido ele de fato muda o mundo pois que propõe uma direção de mudança, tendo por meta, evidentemente, copiar o modelo norte-americano. Onde mais se evidencia essa condição é no fiel companheiro do superherói, nunca um homem adulto branco como ele mesmo: é o índio Tonto do Zorro, o adolescente Robin de Batman, o negro de Mandrake, o macaco de Tarzan, as várias mulheres, o criado surdo-mudo do outro Zorro. O fiel companheiro é alguém menos capacitado que delega ao líder as opções e o auxilia em suas tarefas, sendo o líder seu ideal e o modelador de sua conduta. Eis o que pode significar para o leitor subdesenvolvido a leitura dessas historinhas, copiar o mais poderoso, amparar-se no mais poderoso.

Foi a partir de estudos seguindo essas linhas que se planejou e se começou a executar no Chile o experimento de mudar as histórias-em-quadrinhos. A *Editorial Nacional* dedicou-se a pesquisar como é que se poderia alterá-las e chegou a produzir algumas. Como se tratava de trabalho de equipe, todos participavam das discussões para o estabelecimento do roteiro e dos desenhos, que depois eram dados a vários leitores para interpretação.

A partir das conclusões de que as histórias-em-quadrinhos se apropriam do lazer e procuram mostrar o que a realidade não é, que deseducam, que separam o entretenimento da aprendizagem, que solucionam apenas ao nível da ficção os conflitos que há no mundo, e de que são repetitivas, resolveu-se modificá-las em direção contrária. Assim, a opção seria fazer historinhas em que o herói não fosse um indivíduo mas sim um grupo, ou que fosse um subdesenvolvido e não um homem adulto branco. Valorizou-se a solidariedade e se desvalorizou a relação de dominação. Transportou-se o lugar mágico para o cotidiano, introduziu-se trabalho e as relações de classe, condenou-se o racismo, deu-se apoio às atitudes rebeldes ou não-conformistas. Como o relatório se restringe ao primeiro ano apenas do experimento, poucos são os resultados a que se pôde chegar, mas que nem por isso deixam de ser interessantes e sugestivos. Por exemplo, percebeu-se que, devido à maior facilidade dos meios materiais, mudaram-se mais substancialmente os valores das historinhas do que sua estrutura e forma, de modo tal que estrutura e forma acabavam recuperando parcialmente os valores que se procurou substituir. Havia que competir no mercado com similares estrangeiros, e por isso as modificações não podiam ser mais profundas porque a mudança do código desnorteava o leitor. Assim, embora se condenasse o mecanismo afetivo de identificação com o herói, foi preciso mantê-lo, à falta de outro. O perigo de uma excessiva intelectualização e complicação nem sempre pôde ser evitado. Conseguiu-se, todavia, que a historinha deixasse de ser exclusivamente entretenimento e provocasse a reflexão do leitor. Em todo caso, quando o relatório termina, com uma série de dúvidas e indagações, o experimento ainda não se demonstrara como inútil.

E tanto maior interesse adquire quando se tem notícia de que as multinacionais estão entrando de rijo na indústria cultural. Mattelart, com suas tabelas de dados extraídos de fontes tão insuspeitas como os boletins anuais de NASA e do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, ou de publicações como o *Business Week*, a revista *Fortune* e o *Aviation Week and Space Technology*, mostra o que está acontecendo com as indústrias bélicas após o término da guerra do Vietnam. Há pelo menos três fenômenos concomitantes. O primeiro deles é que a produção eletrônica norte-americana sofreu enorme avanço na última década em virtude das exigências da própria guerra; inventaram-se e desenvolveram-se aparelhos de incrível requinte e sofisticação. O segundo é que estas indústrias continuam em seu movimento expansionista. E o terceiro, que esse movimento expansionista se faz ao mesmo tempo como uma continuação de vendas de armas para os Estados Unidos e para os países do terceiro mundo, como reconversão de parte da produção bélica para fins pacíficos, e como diversificação das áreas de investimento. E é aqui que indústrias eletrônicas de guerra estão se voltando para a área da cultura e absorvendo ramos da comunicação de massa e setores educativos. A RCA, por exemplo, pioneira do cinema, do rádio e da TV, e que recebera, tal como várias outras, fortes dotações do Pentágono para a pesquisa no campo da eletrônica e das comunicações, comprou não só a agência Hertz de aluguel de carros, uma fábrica de tapetes, uma firma de construções, com ainda, o que é mais importante, duas editoras, a Random House e a Grove

Press. A IBM, que, por sua vez, detem 65% do mercado mundial de computadores, tem agora fábricas e escritórios em 117 diferentes países. A ITT cresceu de tal maneira nos últimos dez anos que cobre atualmente vinte diferentes ramos, comprou 101 outras companhias nos Estados Unidos, está instalada ao todo em 65 países, e extrai do exterior 67% de seus lucros.

A tecnologia dos satélites coube à indústria aero-espacial e dependeu ainda mais dos fundos do Pentágono. Os satélites estão agora aí pelo mundo inteiro, colhendo dados de todo tipo que possam beneficiar a expansão das empresas norte-americanas. Daí, aos projetos de satélites para fins educacionais é um passo, e já há programas desse tipo sendo emitidos para a América Latina.

A crise que houve um pouco antes do fim da guerra—baixaram as encomendas, despediram-se centenas de milhares de empregados—obrigou estas indústrias aeroespaciais à reconversão e à diversificação. Uma das saídas para vencer recessão e reiniciar a expansão é justamente a saída para o exterior, ou seja, a de fortificar a economia norte-americana à custa de uma modernização desejável para aquela economia, mas que talvez não o seja para outros países. Pense-se, por exemplo, na TV colorida, um consumo suntuário que não mata a fome de ninguém. Do mesmo modo, continuam, e até aumentam, as vendas de armamentos para os latino-americanos.

Quanto ao campo da cultura e da comunicação, devem ser lembrados os satélites artificiais, as aplicações do raio laser à TV, a TV com fio e as videocassettes. Se a indústria das comunicações de massa antes vendia e impunha um modelo de utilização do tempo de ócio, agora está começando a impor programas educativos para ocupar esse ócio. Só que quem determina a forma e o conteúdo dessa educação são as grandes empresas norte-americanas. Tanto a ITT como a Litton têm divisões de serviços educacionais, assim como a GE, que se associou ao grupo editorial Time-Life para fabricar produtos para o ensino. A maior empresa de livros didáticos de mundo, a McGraw-Hill, abriu divisões de videocassettes e de material pedagógico eletrônico, para entrar também na competição da comunicação de massa modernizada a partir das conquistas tecnológicas feitas no Vietnã. Exemplos das chamadas séries educativas de TV para crianças são os programas *Sesame Street* e *The Electric Company*, que, concebidos para públicos norte-americanos com problemas específicos, agora estão em quase todas as telas da América Latina, espalhando valores do modo de vida americano.

Nem a imprensa nem o turismo escaparam à reconversão. No caso da imprensa, a fusão dos grupos levou ao desaparecimento de vários periódicos, o citado *Life* inclusive. No caso do turismo, oferece-se ao usuário norte-americano, agora mais do que nunca ocupado em suas viagens de negócios, o mesmo conforto que encontra em seu país. As empresas de aviação, as hotelarias tradicionais e empresas de outros ramos estão construindo hotéis e motéis em grande escala pela América Latina fora. Ao lado dos hotéis, prolifera o negócio dos *tours* e dos *traveller's checks*, sempre com base nos Estados Unidos. A citação do folheto de propaganda de um desses grandes hotéis norte-americanos faz pensar num redator com vocação para o humor-negro: "Oferecemos um opulento oásis de luxo estilo norte-americano no meio de uma das mais pobres regiões do mundo civilizado."

E claro que o Herói de História nada faria sem a aquiescência dos outros países. Essa penetração econômica e cultural encontra apoios locais que a recebem de braços abertos para a partilha dos lucros. Desse modo, chegamos a um ponto tal que o mais norte-americano dos heróis, Superman, viu-se superado pelo processo histórico e teve seus superpoderes tornados obsoletos pela sofisticação eletrônica resultante da guerra do Vietnam. De fato, numa história-em-quadrinhos de 1972 ele aparece como um mendigo, que diz: “Sou um inútil neste mundo de computadores.” O diagnóstico é correto, a empresa multinacional o substituiu, inclusive em sua missão didática de ensinar o modelo americano ao mundo todo.

WALNICE NOGUEIRA GALVÃO
Universidade de São Paulo

NOTAS DE RODAPÉ:

1. Ariel Dorfman e Armand Mattelart, *Para leer al Pato Donald* (Chile: Ed. Universitarias de Valparaiso, 1972).
2. O nome deste Zorro em inglês é *The Lone Ranger*, e em espanhol *El Llanero Solitario*; acompanham-no o índio Tonto (que às vezes se chama Toro em espanhol) e o cavalo Silver; caracteriza-se por *não ter identidade secreta*. Não confundir com outro Zorro, cuja identidade secreta é Don Diego de la Vega, acolitado por um criado surdo-mudo de nome Bernardo e seu cavalo Tornado.
3. Veja-se Dee Brown, *Bury My Heart at Wounded Knee—An Indian History of the American West*, 2nd ed. (London: Pan Books Ltd., 1972).