

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

Autor: Arthur Rodrigo Itaquí Lopes Filho

Orientadora: Profa. Adriana Kurtz (Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM – RS)

RESUMO: O presente trabalho busca através de revisão bibliográfica analisar o personagem das histórias em quadrinhos, o Capitão América, sob a ótica da crítica de Theodor Adorno a Indústria Cultural. Observando as ações desta diante o “mundo” do entretenimento. Além disso, este trabalho proporciona uma apuração histórica dos EUA durante o período entre guerras, buscando fundamentar a análise deste personagem e de suas implicações sociais e políticas.

Palavras-chave: Indústria Cultural; Entretenimento. Quadrinhos. Escola de Frankfurt. Adorno.

INTRODUÇÃO

O mundo moderno e capitalista apresenta em sua evolução um inequívoco processo de degradação (ou regressão) intelectual, como reflexo do fracasso e da transformação sofrida pela razão “esclarecida”. O Iluminismo, é verdade, tinha como objetivo promover a desmistificação das antigas crenças que mantinham a civilização em situação de atraso diante das possibilidades do uso pleno da razão, do conhecimento, da técnica; enfim, da evolução científica.

O esclarecimento iluminou a mente das mais diversas culturas a partir do Século XVIII, buscando na racionalidade toda a esperança de um “elevar” intelectual, construindo um mundo de certezas científicas e avanços tecnológicos, inteligente e crítico. O poder do “saber” seria utilizado em benefício da civilização; o conhecimento seria capaz de manipular a realidade em prol de um bem maior, a evolução do ser humano, sua autonomia, sua libertação.

A razão iluminista, algo arrogante, algo ingênua, não tardaria a se igualar aos mitos que pretendia combater. Sua utopia não resiste ao andamento histórico da humanidade. Segundo a crítica radical de Adorno e Horkheimer numa obra que se tornou um clássico da filosofia contemporânea, a “Dialética do Esclarecimento” (1947), a razão iluminista converte-se num engodo, traindo seus mais claros objetivos.

De uma razão esclarecida, o homem passa a ser o “senhor” (e o escravo) da chamada “razão instrumental”, onde o indivíduo perde o discernimento crítico e vê embotar os pressupostos humanistas de uma racionalidade que, entretanto, permaneceria legitimada por sua gênese iluminista.

Assim, o esclarecimento resulta em uma armadilha que levou o homem a sua própria dominação. O vício gerado por este “saber”, assegurado por métodos e planejamentos cada vez mais racionalizados e científicos contamina gradativamente todas as esferas da vida social, dos círculos militares e armamentistas às empresas de administração, passando pela pesquisa científica, por todas as formas de desenvolvimento tecnológico, sempre absolutas na burocracia das sociedades (politicamente ditas “democráticas” ou assumidamente totalitárias e ditatoriais) e, finalmente, presentes nas manifestações artísticas e culturais destas mesmas sociedades, cada vez mais industrializadas e tecnologicamente desenvolvidas.

As sociedades modernas, alienadas por um esclarecimento deturpado, caminham decididas para a instrumentalização de seu saber, num modelo de racionalização que visa padronizar o estilo de vida à sua volta. A hegemonia moderna do sistema capitalista, vitorioso e em processo galopante de expansão e fortalecimento, reproduz uma concepção discutível de liberdade e individualidade na qual cada um possuiria a chance de se tornar “rico”, tendo seus direitos assegurados por uma gama de leis que regem esta dita “liberdade”,

materializada em frágeis e contraditórias “democracias”. Como que voluntariamente integradas ao sistema, as massas passam a ser os “receptores” de sua própria enganação, consumindo repetições diárias dos produtos da Indústria Cultural, que (sem grandes esforços devido à aceitação voluntária de seus membros) mantêm a sociedade alienada e - nas palavras de Adorno -, conformista.

Os produtos atingem o indivíduo, mesmo havendo focos de resistência; este acaba por “fugir” para, inevitavelmente, consumir outro produto desta indústria. Cercado por todos os lados, a fuga se torna impossível, e apenas o entretenimento aparenta ser o alívio deste círculo de manipulação gerada e consentida pelo próprio homem, cada vez mais identificado com o capitalismo e seu braço cultural: a Indústria de bens simbólicos. O entretenimento traz ao povo a (falsa) fuga diária do maniqueísmo vivido, na rotina exigida por este sistema. Mas, onde prioritariamente o descanso imperaria, a Indústria Cultural atua vendendo seus produtos e seus valores, capturando o indivíduo numa total integração, necessária, aliás, para não ser expulso da sociedade administrada pelas “pessoas de bem”.

Buscando provar tal integração através do entretenimento, que, por intermédio da Indústria Cultural, estimula as pessoas a ter uma determinada reação aos estímulos desejada pelo sistema capitalista moderno, sem que haja qualquer consciência disto, será posto em análise um personagem das histórias em quadrinhos (representante deste lúdico mundo de puro entretenimento), surgido no cerne de uma guerra que mobilizou o mundo na virada dos anos 30/40, o Capitão América.

Visto como representante de uma nação rica financeiramente e livre em sua organização política, este herói traz consigo determinados ideais de liberdade, justiça e patriotismo, amparando os fracos nas páginas de suas aventuras e derrotando a tirania maligna do vilão que ameaça o mundo. O Capitão América se tornou um ícone de heroísmo nacional de uma potência mundialmente hegemônica, incapaz de “lograr” seus mais fiéis admiradores. Sendo assim, ele será confrontado com a crítica de um pensador singular, Theodor Adorno, especialmente nestes tempos de hegemonia de uma razão instrumental. Um filósofo que vivera na

Alemanha e fugindo do nazismo, depara-se, ao chegar aos Estados Unidos da América, com a mais assustadora forma de opressão intelectual e manipulação já vista.

Ilustre representante da Escola de Frankfurt, Adorno deixa como herança de um pensamento não integrado, exposto, como já foi dito, numa de suas mais renomadas obras, a “Dialética do Esclarecimento”, uma implacável crítica à Indústria Cultural. Ele mostra como a produção em escala e estilo industrial da cultura deixa vislumbrar seus reais objetivos e como, despercebidamente, a sociedade é diária e voluntariamente enganada. Num efeito anti-iluminista, as massas são levadas a um fim comum: o consentimento pleno com o sistema e o consumo desenfreado de seus bens.

Usando da crítica adorniana, o Capitão América será analisado e exposto como representante de uma civilização, que através do entretenimento, busca reafirmar sua posição – sempre discutível – de pátria maior da liberdade e justiça. Assim, capítulo a capítulo, o presente trabalho tentará munir o leitor do prévio conhecimento necessário para que acompanhe a lógica desta corrente única de pensamento e crítica social. O mundo dos quadrinhos, a gênese do Capitão América e o contexto dos EUA na situação do II conflito mundial, bem como uma apresentação dos pressupostos da Teoria Crítica deverão convidar o leitor a empreender, junto a Theodor Adorno, esta outra forma de aventura. Está em questão aqui, um exercício crítico radical e atemporal de personagens chaves da cultura de massa, como o Capitão América, bem como de suas relações com a Indústria Cultural e das evidências que daí resultam acerca da ideologia de um país que, desde o final da II Guerra, mantém uma hegemonia e influência brutal no planeta Terra.

Vale lembrar que, coerente com o autor que embasa esta reflexão, o presente trabalho tem um caráter ensaístico, denotando, portanto, seu singular e próprio método. Restaria salientar que dentro da tradição metodológica clássica para um trabalho de cunho científico, a pesquisa e reflexão aqui empreendida consistiria em um estudo de caso, com uma abordagem qualitativa e possuindo um cunho bibliográfico e documental. Como critério de escolha para as imagens analisadas foi considerada a

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

representação atemporal da “aura” carregada pelo personagem Capitão América, assim como a adequação destas a crítica adorniana.

O Mundo DOS QUADRINHOS:

As revistas em quadrinhos, um mundo onde tudo é possível, vêm se tornando parte da vida dos mais diversos povos do planeta. Crianças e adultos buscam nas páginas destas inúmeras criações, uma fuga da realidade, tendo no entretenimento puro e simples, o seu único objetivo.

Presente no mundo todo com nomes diferenciados – comics, nos Estados Unidos; bande dessinée, na França; fumetti, Itália; tebeo, Espanha; historieta, na América Latina; mangá, no Japão - as histórias em quadrinhos tendem a trazer a seus leitores uma realidade de certa forma inalcançável, mas ainda assim, capaz de gerar um processo de identificação. Esse espelhamento faz com que seja marcado na lembrança de cada leitor a sua representação heróica; isto é, cada pessoa, não importando sua cor, raça ou crédulo, possui um personagem de histórias em quadrinhos que esteve ou está presente na sua memória, assim como seus feitos.

Sendo um “super homem”, nos momentos mais difíceis, uma “mulher gato” para ser mais atraente ou um “tio patinhas” ao lidar com o dinheiro, as pessoas são confrontadas com situações nas quais vivem seus ídolos. Ariel Dorfman e Armand Mattelart, no clássico livro “Para ler o Pato Donald”, ressaltam a ligação entre os personagens e seus leitores ao falar sobre mundo de Disney: “A magia de Walt Disney constitui, precisamente, em mostrar em suas criações o lado alegre da vida. Sempre há, entre os seres humanos, personagens que se parecem ou assemelham àqueles das histórias de Disney” (Dorfman; Mattelart, 1976, p.16).

Tendo por função chamar a atenção de seus leitores perante uma realidade, trazer novas experiências ou apenas entreter, “não há dúvidas que a literatura infantil é um gênero como outro qualquer, acobertada por sub-setores especializados dentro da divisão do trabalho cultural” (Dorfman; Mattelart, 1976, p.19). De fato, os quadrinhos, “(...) preocupação de pais e

mestres se era bom ou mau para as crianças, virou assunto sério de estudo de intelectuais, professores e universidades na França e Itália, espalhando-se pelo mundo todo” (Moya, 1977, p.21). Assim, obras como as de Dorfman e Mattelart buscaram provar que as histórias em quadrinhos, longe de ser apenas mero entretenimento, estavam carregadas de ideologia, respondendo a questões instigantes, como a de que forma as histórias em quadrinhos poderiam intervir no estilo de vida de seus leitores ou em suas decisões, visto que seus personagens e suas personalidades distintas marcavam tanto assim a mente de seus consumidores. “Para Ler o Pato Donald”, enfrentou estas questões e tornou-se um clássico da corrente teórica marxista voltada à Análise de Conteúdo.

Pensar criticamente os quadrinhos, ampliando a compreensão deste lúdico mundo de “sonhos e magia” era assim justificada pelos autores na década de 70: “(...) não se trata de negar aqui a racionalidade científica, ou seu ser específico, nem de estabelecer um tosco populismo; porém sim de fazer a comunicação mais eficaz e reconciliar o gozo com o conhecimento” (Dorfman; Mattelart, 1976, p.13). Dentro dos limites de um trabalho de conclusão, é proposto um olhar crítico sobre o Capitão América e a Indústria dos Quadrinhos. Há que se ressaltar que pioneiros como Mattelart e Dorfman enfrentaram uma resistência acirrada, frente a qual não deixaram de se posicionar:

Os responsáveis do livro serão definidos como soezes e imorais (enquanto o mundo de Walt Disney é puro), como arquivados e enredadíssimos na sofisticação e refinamento (enquanto Walt é franco, aberto e leal), membros de uma elite envergonhada (enquanto Disney é o mais popular de todos), como agitadores políticos (enquanto o mundo de W. Disney é inocente e reúnem harmoniosamente todos em torno de colocações que nada tem a ver com os interesses partidários), como calculistas e amargurados (enquanto que Walt D. ensina a respeitar a autoridade superior do pai, amar seus semelhantes e proteger os mais fracos), como antipáticos (porque sendo internacional, o sr. Disney representa o melhor de nossas mais caras tradições autóctonas) e por fim, como cultivadores da “ficção-marxista”, teoria importada de terras estranhas por

“facinorosos forasteiros” e reunidas com o espírito nacional (porque tio Walt está contra a exploração do homem pelo homem e prevê a sociedade sem classes do futuro). (Dorfman; Matellart, 1976, p.18-19).

Se uma análise dos personagens de Walt Disney pôde levantar tantas questões polêmicas – de caráter eminentemente político-ideológico – e, considerando o “mundo” Disney como apenas mais um entre o vasto universo engendrado pela indústria dos quadrinhos, restaria ainda muito a se pensar sobre esse setor da cultura de massas. Este trabalho se propõe a analisar, a partir do conceito adorniano de “Indústria Cultural”, o personagem Capitão América e sua significação não apenas na indústria dos bens culturais como na própria sociedade e período histórico no qual está inserida.

1.1 A pré-história dos quadrinhos:

Seguindo a proposta de Moya (1977), pode-se buscar nos antepassados da humanidade, precursores da civilização a qual conhecemos, os primeiros artistas a criarem personagens e narrar, através do desenho, suas histórias. “O homem das cavernas vivia entre a força e a ignorância” (Moya, 1977, p.26), mas mesmo sob tais circunstâncias, nossos ancestrais conseguiram evoluir: vivendo em meio a sociedades tribais, construíram armas, caçaram, descobriram a manipulação do fogo, além de desenvolverem muitos outros aspectos de subsistência e sobrevivência.

Por mais que estes antepassados fossem incapazes de produzir arte (no sentido que hoje é adotado, enquanto objeto estético), já era visível a necessidade de deixar suas histórias para as futuras gerações. As “pinturas feitas em cavernas, chamadas pinturas rupestres” (Piletti; Piletti, 1989, p.25), foram a mais clara e simples expressão do que hoje chamamos de histórias em quadrinhos.

No período em que estes antepassados viviam, as histórias eram “contadas” apenas através de desenhos. Assim, iniciou-se uma exploração estética do corpo humano e das criaturas existentes, traços que definiriam a base do desenho atual. Álvaro de Moya, um apaixonado pelo mundo dos quadrinhos, não poupou elogios ao falar das pinturas rupestres em seu livro “SHAZAM”:

Voltemos os olhos para aquelas maravilhosas primeiras expressões do homem, imortalizadas nas pinturas das cavernas, deixando para o futuro o seu testemunho de sua época, não acreditando tão somente no canto e na dança, nos gritos guturais de caça, nos choros e nos risos, mas sentindo a necessidade de gravar, eternizar a vida na pintura rupestre. (Moya, 1977, p.26).

O ser humano se desenvolveu e diversificou as formas de expressões. Sendo assim, muitas culturas foram criadas e buscaram, a sua maneira, “transcrever” a realidade, seus mitos e suas crenças. Nenhuma cultura marcou tanto a história com seus desenhos quanto os egípcios, que traziam em suas criações um detalhamento maior do que de seus ancestrais, os “homens das cavernas”.

A sociedade egípcia era “(...) dominada pelo faraó, soberano todo poderoso. Ele era considerado um deus vivo, filho de deuses e intermediário entre estes e os homens. Era objeto de culto e sua pessoa era sagrada” (Piletti; Piletti, 1989, p.41). Desta forma, os desenhos desta época eram voltados principalmente para o relato da vida de seu soberano, o faraó.

Segundo Álvaro de Moya, “nesse tempo, os egípcios faziam charges ou cartoons colocando cabeças de animais em corpos de homens ou mulheres, para fazer sátiras” (Moya, 1977, p.28). É sabido que estas ditas “sátiras” eram representações de suas divindades, pois “a religião desempenhava um papel muito importante na vida dos antigos egípcios” (Piletti; Piletti, 1989, p.44), regrando e regulando suas vidas.

A civilização egípcia trouxe o aspecto mítico aos desenhos, inovando na forma de contar histórias, misturando a realidade, a qual a pintura rupestre se focava, com o ilusório. É imprescindível citar que, neste período, as mensagens intencionais de manipulação e/ou convencimento das massas eram claras, pois buscavam na interferência divina a glorificação de um mero mortal, o faraó, evitando toda e qualquer discordância do povo egípcio ao seu senhor. Forçosamente, Moya busca uma ligação entre as criações egípcias e as HQ's contemporâneas: “Os monumentos egípcios (...) mostram, como numa história em

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

quadrinhos, tal faraó construindo uma pirâmide para seu túmulo, glorificando seu governo” (1977, p.28).

A Grécia também se destacaria com mérito nesta evolução. Construindo mitos e lendas que se tornaram famosas por todo o mundo, os gregos se notabilizaram por sua grande capacidade de criar “super heróis”, que instigaram as mentes de duas civilizações, visto que os romanos “roubaram” as crenças gregas, modificando apenas o nome de seus personagens e deuses.

A mitologia grega se tornou tão grandiosa e poderosa devido ao simples fato de ligar, diferentemente da crença egípcia, os seres humanos aos deuses, não os diferenciando da sociedade, mas sim atribuindo aos mesmos, formas, erros e pensamentos de um mero mortal. Com essa identificação, as pessoas buscavam se espelhar nos erros das divindades do vasto panteão olímpico, assim como cobiçar o estilo de vida dos mesmos.

A grandiosidade dessa crença era tamanha que “cada cidade grega cultuava a memória de um herói” (Piletti; Piletti, 1989, p.70). Estes possuíam uma história com início, meio e fim e a eles eram atribuídos feitos heróicos, nos quais enfrentavam criaturas terríveis e dificuldades adversas, como os heróis da atualidade. Os heróis eram muitos, mas nenhum tomou proporções tão grandes como Hércules, ou Hércules para os romanos, sendo este o herói grego mais conhecido e amado. “Filho de Zeus e de uma mortal, Alcmena, foi perseguido pela cólera de Hera. Ela obrigou-o a se colocar a serviço de seu primo Euristeu, que lhe impôs duras provas (...) conhecidas como os doze trabalhos de Hércules” (Piletti; Piletti, 1989, p.70), sendo esta a história inspiradora de muitos heróis da atualidade.

As façanhas dos deuses e heróis “(...) construíram os temas de quase todas as obras dos artistas gregos” (Piletti; Piletti, 1989, p.71). Mas é preciso não esquecer que os desenhos deste período não eram feitos em papel como na atualidade e sim “(...) utilizada como arte decorativa da cerâmica, representando cenas mitológicas e costumes gregos” (Piletti; Piletti, 1989, p.73), sendo estes objetos comuns as casas daquela época, como hoje são os bonecos, posters e adereços consumidos, ligados aos heróis modernos.

Com a representação mais fiel do que hoje chamamos de histórias em quadrinhos, Albrecht Dürer, um pintor alemão, destacou-se ao narrar, “(...) em seqüência de gravuras, o drama da Paixão de Cristo”, tornando-se o precursor fiel dos quadrinhos atuais. (Moya, 1977, p.29).

Datado de 1509, a Paixão de Cristo por Dürer é considerado a primeira história em quadrinhos nos moldes atuais, adotando o quadro como limitador do desenho e seguindo uma seqüência de ações. Albrecht Dürer é citado por Moya, devido a seu pioneirismo: “Aqueles quadrinhos (Via Sacra) que vemos nas igrejas de interior contando a Paixão de Cristo (desde Dürer) já eram as histórias em quadrinhos de então” (Moya, 1977, p.32).

Assim, este tipo de gravura, desenhada por célebres criadores, teriam sua importância para o desenvolvimento de uma forma de expressão e concepção dos personagens. Trabalhados como obras de arte, os heróis de então careciam, entretanto, de um modelo de distribuição que os tornassem acessíveis as grandes massas. Sendo assim, o grande responsável pela realidade das revistas em quadrinhos seria, ironicamente, um inventor, Gutemberg, o criador da impressão moderna. Com esta descoberta “(...) tudo se precipitou, o grande salto foi dado. Os livros começaram a divulgar a escrita e foram ilustrados” (Moya, 1977, p.34).

Os desenhos agora poderiam ser impressos: “os folhetins ilustrados, romances seriados (...), crimes pavorosos da época eram vendidos em posters nas feiras populares, como a literatura de cordel do nordeste brasileiro” (Moya, 1977, p.34-35).

Anteriores a criação de Gutemberg, os desenhistas já existiam, com seus traços diferenciados, preocupados, sobretudo, em relatar os fatos (assumindo o papel das atuais fotografias). Os ilustradores estavam prestes a desbravar um mundo até então desconhecido, o mundo dos quadrinhos.

1.2- Os precursores:

Unicamente dedicados a relatar os fatos ocorridos, os desenhos eram publicados nos jornais diários da época. Assim, escritores e desenhistas retratavam um

período de transformações, devido a grande invenção de Gutemberg.

Charles Dickens foi um escritor que se destacou como precursor do jornalismo moderno, sendo considerado o mais popular de seus redatores, assim como William Hogarth, ilustrador inglês que "(...) retratou sua época política com grande minúcia de costumes, em crítica violenta" (Moya, 1977, p. 35)

Visto que os quadrinhos, por muitos anos, foram tratados como um produto cultural sem valor, não sendo considerado de nenhuma forma um material de estudo, muito se perdeu de sua produção. Daí que diversos "(...) personagens e grandes desenhistas trazem grandes confusões nas assertivas dos historiadores, cujo estudo do comics só começou com grande atraso" (Moya, 1977, p.38).

A falta de registros históricos seguros sobre o tema impede qualquer certeza sobre qual personagem se destacaria como precursor de uma época. Sabe-se, ao certo, que em 1845 na Alemanha, por exemplo, já existia uma publicação semanal ilustrada por Hoffman, nomeada de "(...) Struwwelpeter, um menino distraído e desobediente. Também na Alemanha, em 1865, o pintor Wilhelm Busch cria os primeiros personagens célebres das ilustrações (...) Max und Mortiz" (Moya, 1977, p.35). Mas foi em 1895 que o grande destaque surgiu, sendo reconhecido por muitos como o personagem que abriu as portas para os desenhos modernos, o Yellow Kid (Menino Amarelo), apareceu em meio à inserção das cores nas impressões jornalísticas da época.

Este menino possuía um "(...) panfletário camisolão amarelo, desenhado por Richard Fenton Outcault no New York World" (Moya, 1977, p.35), jornal este que notara um maior interesse do público ao utilizar textos com imagens.

É dito por autores que estudam os quadrinhos que quando o New York World instalou a primeira impressora em cores, em 1893, um dos técnicos do jornal pediu, por acaso, a um dos ilustradores para testar a cor amarela em uma de suas obras. Mal sabia ele que "nesse momento histórico nasciam duas coisas importantes: os comics como os concebemos hoje, com

personagens periódicos e seriados; e o termo "jornalismo amarelo" para designar a imprensa sensacionalista" (Moya, 1977, p.36). No Brasil, "(...) a chamada "imprensa amarela" ficou conhecida como "imprensa marrom". Talvez porque o subdesenvolvimento era tal que a tentativa de imprimir a riqueza do nosso amarelo se frustrou num amarronzado de m (*)" (Moya, 1977, p.36).

Com o nascimento do Yellow Kid, aos poucos foram surgindo desenhistas e investidores que buscavam apostar na indústria dos desenhos em quadrinhos; assim, sucessos foram sendo construídos passo a passo. Em 1905, Fenton Outcault, o mesmo criador do Yellow Kid, criou "(...) Buster Brown, a figura típica do menino burguês de então, com sua roupinha e chapéu, durante décadas representando o menino que ganhou um terninho de marinheiro no fim do ano, pelo seu comportamento exemplar" (Moya, 1977, p.37).

Tendo como exemplo as criações de Wilhelm Busch, Rudolph Dirks cria, nos Estados Unidos "(...) os Katzenjamer Kids (Os Sobrinhos do Capitão), falando um inglês alemãozado" (Moya, 1977, p.38). No entanto, o que mais se destacou nesta criação, não seria a sua história e sim a célebre briga de Dirks com a Heaters, meio de comunicação que publicava as aventuras dos pequenos encenqueiros, sobrinhos de um velho capitão da marinha. Com a quebra de vínculo com a Heaters, Dirks lançou "(...) The Captain and the Kids com a United Press, provocando o aparecimento da legislação americana a respeito do copyright do personagem em comics" (Moya, 1977, p.38). Com os direitos assegurados (após muitas brigas na justiça), Dirks pode manter sua criação sem dever nada a seu antigo contratante.

Seguindo a linha das HQ's voltadas para o público infantil, trazendo consigo uma inocência em seus traços e, de certa forma, em seu conteúdo, é importante destacar três grandes obras: The Little Nemo in Slumberland, de 1905, criado por Winsor McCay, que "(...) alcançou tal qualidade de desenho e arquitetura, chegando a antever o uso de lentes de grande abertura (...), coisa que só a mais avançada técnica da fotografia e do cinema conseguiu alcançar" (Moya, 1977, p.39); o clássico Little Bears and Tigers, de 1907, desenhado por um

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

renomado criador dos quadrinhos chamado James Swinnerton, que “(...) com um traço puro e delicado, desenhou bonequinhos infantis quase tridimensionais” (Moya, 1977, p.39); e o Krazy Kat de George Herriman, datado de 1911, entrando na história dos comics devido à extraordinária façanha de ter se tornando a primeira “(...) historietta a ser elogiada por um crítico: Gilbert Seldes em 1926” (Moya, 1977, p.37).

Por sua parte, as criações de McCay, Swinnerton e Herriman, construíram os possíveis antecessores do mundo Disney e de toda uma grande fauna de personagens infantis, onde animais interagem em um mundo de fantasias, possuindo a capacidade de falar e de incorporar certas expressões e ações consideradas apenas humanas. As obras-primas dos anos 10 traziam em sua construção crianças como protagonistas, ou “animaizinhos” falantes, destacando assim o público focado por esta indústria.

Mas em 7 de janeiro de 1929, surgiram, junto ao “crack” da bolsa de New York, dois grandes heróis, que quebraram as barreiras dos quadrinhos (as quais eram impenetráveis ou talvez viciadas), inovando em suas criações e trazendo consigo a grande virada de uma época: os quadrinhos de ação. Os dois novos heróis obtiveram um sucesso estrondoso e de forma rápida. Buck Rogers, o primeiro a ser lançado, trazia em seu traço a arte de Dick Calkins, que era orientado junto como sua equipe, por um cientista, Prof. Selby Maxwell, idealizador das instigantes aventuras de ação deste novo herói. O segundo herói, e não menos importante, ficaria imortalizado como o homem-macaco. Tarzan, com sua macaca Chita e sua musa Jane, enfrentava, na ilustração de Hal Foster, tribos de “homens selvagens” e criaturas da floresta (que sempre tinham, “estranhamente”, uma insaciável sede de sangue), com as próprias mãos.

Sendo uma mera obra do acaso, uma ação previamente pensada ou uma resposta das HQ's aos desafios e angústias daquela época, estas duas grandes criações, junto a Dick Tracy, “(...) produziram uma reviravolta na história dos quadrinhos, iniciando a chamada golden age (era dourada) dos comics” (Moya, 1977, p.43).

1.3 Os anos de glória:

O ano era 1930, os Estados Unidos da América estava fragilizado com a quebra da bolsa de New York: os investidores estavam praticando suicídio, bancos e indústrias fecharam frente a uma realidade triste e avassaladora; o dinheiro havia acabado.

A população não tinha ânimo frente à realidade, parecia fraca e desanimada, precisando de um impulso que a fizesse reerguer sua moral. Neste momento, surgiria, vindo do cinema para os quadrinhos, devido à crescente influência que este medium estava atingindo e por ser mais acessível, economicamente, ao povo norte americano, as aventuras de Walt Disney. O Mundo Disney já se tornara famoso antes de 1930, mas foi só neste ano que a fauna intrépida de Disney apareceria no modelo impresso.

Por mais notório que seja o fato de que Walt “(...) Disney nunca mais desenhou desde 1927” (Dorfman; Mattelart, 1976, p.10), suas histórias se tornaram tão populares, ou até mais, do que no período em que este dedicava-se à animação cinematográfica. Possuindo o respaldo de escritores, desenhistas e autores, o sucesso não demorou a chegar.

A Walt Disney Company tornou-se em poucos anos a maior empresa geradora de lucros nos EUA. Mas mesmo não atuando em suas obras e, de certa forma, vivendo do lucro dos inúmeros artigos que se desenvolveram estampando o símbolo da Disney, “seria falso afirmar que Walt Disney é um mero comerciante”, afirmam Dorfman e Mattelart (1976, p.15), já que este dedicou sua vida a tornar um sonho realidade: desenvolvendo o projeto do mais grandioso parque de “pura” imaginação e magia, o Walt Disney World e a Disney Landia.

Disney marcaria uma era, talvez, dos últimos reflexos de um mundo lúdico, conectando suas criações a um ideal de inocência e fantasia. Já em 1929, Tarzan e Buck Rogers vinham angariando espaços cada vez maiores nas prateleiras dos adolescentes do mundo todo, como precursores das histórias de ação. No ano de 1930, dividindo o podium com os personagens de Dick Calkins e de Hal Foster (respectivamente, criadores de Tarzan e Buck Rogers), Dick Trace buscava

em suas aventuras abrir as portas para uma dura e fria realidade.

A lei seca atingiu os EUA durante um período de intensa crise, buscando estimular o povo ao trabalho (para reerguer a nação), e intimidar a legião de “vagabundos” da ressaca do “crack” da bolsa de valores. Mas a imposição de tal lei acabou dando vasão ao surgimento de algo indesejado: o comércio ilegal.

O comércio ilegal de bebidas gerava tanto trabalho e tamanho lucro que em pouco tempo surgiram os “chefões” do crime, conhecidos como gangsters. A máfia comandava o submundo norte americano, criando suas próprias leis.

Como que refletindo a realidade da lei seca e o terror do gangsterismo, surge o desenho “(...) rude e violento, em traço seco, de Chester Gould, a imagem do detetive, figura que determinaria a personagem realista do detetive marginal, particular, semipolicial, de toda a literatura do gênero, tirando-a do ranço sherlockiano de Conan Doyle” (Moya, 1977, p.42). Dick Trace representava a quebra dos paradigmas impostos pela literatura, mostrando a realidade nua e crua.

O novo herói enfrentaria “em vez do mordomo calculista ou do herdeiro manhoso, o vilão-gangster, violento e ativo. Contra o detetive de revólver e socos prontos, surgem os vilões sádicos, bandidos atrezos, demonstrando toda a criatividade do autor” (Moya, 1977, p.42).

Ainda em 1930, é importante lembrar o surgimento de um personagem que fez história à sombra de Dick Trace, o X-9, um representante fiel do mundo dos gangsters, pois seu autor, Dashiell Hammett fora “(...) ex-detetive particular nos duros tempos das gangs nascidas em Chicago” (Moya, 1977, p.44), usando assim, como base para suas histórias, relatos reais de suas experiências profissional.

O fato é que X-9 não se tornou tão popular quanto Dick Trace, talvez porque suas histórias buscassem um cunho mais realístico, fugindo, assim, do mundo da “imaginação”.

Quatro anos após a criação de Dick Trace e X-9, precisamente no dia 12 de agosto de 1934, o desenhista Al Capp, com base nas críticas que surgiam contra o governo norte-americano, ousava, com sua criação, “(...) Li'l Abner e a simbólica população de Dogpatch (Brejo Seco), satirizar a bomba, New York, o capitalismo, os astros, os discos voadores, a televisão, a propaganda, a fome, os políticos, (...) o FBI e até a Coca Cola (Burp!)” (Moya, 1977, p.51). Resumindo, Al Capp se destacou ao levar às páginas de suas histórias a crítica social e política, usando e abusando de estereótipos para representar a real situação nacional.

Al Capp despertou polêmica em todo o mundo ao criar uma história (ainda que periférica, uma vez que estava ligada ao mundo de Li'l Abner, personagem principal de sua obra), acerca de uma criatura chamada Shmoo, que trazia, através de seu poder, alimento gratuito à sociedade de Dogpatch. Os Shmoos se procriavam rapidamente e logo todos tinham seu próprio Shmoo. Mas nem todos estavam felizes: o Sr. Soft-hearted John, dono do armazém e J. Roaringham Fatback, dono de um truste de carne suína, se revoltariam ao perceber que as vendas estavam caindo devido à prosperidade que os Shmoos traziam.

Mobilizando os grandes monopolizadores do poder, os produtores/comerciantes sinalizam: “Esta é uma crise! Se não fizermos algo depressa todos serão felizes” (Moya, 1977, p.54); isto é, não dependerão mais do capitalismo para sobreviverem. Assim, os Shmoos são caçados, “(...) acusados de antiamericanos e são fuzilados” (Moya, 1977, p.57). Usando seus personagens para compor uma representação crítica da realidade vivida nos anos 30, Al Capp angariou um merecido lugar de destaque no hall da fama dentre os melhores artistas das histórias em quadrinhos.

Seguindo a linha dos heróis das histórias de ação e trazendo consigo os primeiros traços dos, hoje, conhecidos “uniformes”, Mandrake trouxe a “magia” do traje elegante e bem acabado, que nunca suja ou é destruído (maculado) pelo “vilão”. Ao criar o personagem, no ano de 1934, o escritor Lee Falk, “considerado o melhor roteirista original dos quadrinhos” (Moya, 1977, p.49), sabia que sua obra seria um sucesso.

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

Em 17 de fevereiro de 1936, Lee Falk reapareceu com mais um estrondoso sucesso, o Fantasma, que seguia a explorar o uso do uniforme “de eterna durabilidade”, possuindo em sua concepção básica “(...) a lenda da imortalidade, o juramento da caveira, a herança da luta contra a pirataria de pai para filho, os pigmeus Bandar da África, seus companheiros Capeto e Herói, além de seu romance interminável com Diana Palmer” (Moya, 1977, p.50). Falk se tornou um desbravador ao acrescentar a um personagem uma concepção tão complexa, a qual viria a ser copiada por muitos no futuro.

A partir de 1937, os personagens dos cartoons deixaram de ser meros homens fortes com a capacidade de vencer qualquer dificuldade devido ao seu sentimento de justiça, para transformarem-se em super-heróis. O super-herói que, por consequência, acabou, tornando comum à capacidade de homens voarem, serem super fortes, dentre outras habilidades extraordinárias, foi o SHAZAM.

Em 1937, os royalties (direitos autorais), das criações eram pertencentes às editoras que as publicavam, sendo assim difícil dizer quem realmente foi o criador do SHAZAM. Mas é certo afirmar que este herói, até então chamado de Captain Marvel, seria o primeiro a ligar o fã ao seu ídolo. Pois “ao pronunciar a palavra SHAZAM (que significa Salomão, Hércules, Atlante, Zeus, Aquiles e Mercúrio), um trovão (BUM) transforma o menino de nome Billy Batson” (Moya, 1977, p.65), que poderia ser qualquer um, até mesmo o seu leitor, em um super homem, capaz de voar, além de ser tomado por uma superforça descomunal.

Mas foi em um estado do interior norte americano que surgiria o personagem capaz de, não apenas tomar o posto de SHAZAM, como marcar para sempre a vida do público de HQ em boa parte do planeta. Dois jovens de Ohio, Jerry Siegel e Joe Shuster “(...) chacoalharam o mundo com a criação do Superman” (Moya, 1977, p.62).

Como a maioria dos criadores de comics dos EUA não possuíam emprego fixo, assim, diga-se, como grande parte da população norte americana, o projeto do Superman deveria ser oferecido aos editores de porta em porta. Superman parecia ser um sucesso descomunal aos seus criadores. Mas a realidade ameaçava

desmentir essa crença: “os editores e distribuidores consideravam-no fantástico demais, recusando sempre. Mas os rapazes tinham fé em sua criação e continuaram a oferecer de sindicato a sindicato, de revista em revista” (Moya, 1977, p.62).

Em junho de 1938, J. S. Liebowitz pôs os olhos na arte dos dois jovens de Ohio e percebeu que ele tinha em mãos uma grande máquina de fazer dinheiro. O Superman surgiu em meio ao auge da depressão norte-americana, representando (até os dias de hoje), a força de transpassar qualquer barreira. Tratava-se de um herói perfeito, que trouxe a uma sociedade fragilizada o sentimento de que no final, com poderes ou não, era possível fazer coisas incrivelmente heróicas.

Surgindo como um suplemento da revista Action Comics Magazine (que depois de alguns números dobrou sua circulação), o Superman mereceu sua própria “revistinha” apenas em 1939. Ao ser lançado, o Superman Quarterly Magazine atingiu a tiragem de 1.400.000 exemplares.

Junto ao estrondoso aparecimento do Superman, “(...) que foi a gênese de uma série interminável de super-heróis” (Moya, 1977, p.65), Bob Kane, traria das profundezas do submundo, a representação da frieza, da introspecção e da vontade de se fazer justiça com as próprias mãos.

Na cidade imaginária de Gotham City, um jovem chamado Bruce Wayne vê seu pai ser assassinado por assaltantes. Membro de uma elite detentora de um grande poder aquisitivo, Wayne foi adotado por seu mordomo e cresceu remoendo um sentimento de vingança contra a injustiça de sua época. Assim nasceu o “Cavaleiro das Trevas”, Batman.

A história de Batman é a representação clara de uma elite que se vê ameaçada pelo terror da sociedade, que vivia o auge da depressão e a “perda de seu pai”. De fato, o renascimento de um homem que busca se tornar (e efetivamente se torna) mais forte, poderia gerar uma interessante análise com relação ao período histórico que engendrou este clássico dos quadrinhos.

1.4 Os heróis de guerra: “sangue, suor e diversão!”

Durante a Segunda Guerra Mundial, muitos heróis se destacaram nas páginas das HQ's, buscando no período de 1939 a 1945, manter a moral norte-americana em alta diante a ameaça nazista.

O mundo se encontrava em meio ao estouro da Segunda Guerra Mundial, o medo de uma avassaladora dominação pelo poder nazista era crescente. Os eventos marcantes da Segunda Guerra Mundial se estenderam da invasão da Polônia pela Alemanha nazista, em 1º de setembro de 1939, até os inícios dos confrontos armados em 1940, com operações militares nas quais “se defrontaram as potências do Eixo (Alemanha, Itália e Japão) e as potências Aliadas (Inglaterra, Estados Unidos e União Soviética)” (Mello; Costa, 1990, p.272).

O início dos confrontos bélicos surpreenderia o mundo. A ascensão nazista, que angariava vitórias em toda a Europa, era avassaladora. Em maio de 1940, o “(...) avanço das tropas alemãs, invadindo a Holanda e a Bélgica” (Mota, 1987, p.347), sugeriam uma onda de superioridade do Eixo perante os “fracos” Aliados. Em junho deste mesmo ano, “(...) os alemães ocupam Paris, cruzam o rio Loire e alcançam o Atlântico” (Mota, 1987, p.347).

Com o agravamento da guerra, Roosevelt (presidente dos EUA) e Churchill (primeiro ministro Britânico), assinaram a “Carta do Atlântico” que, por sua vez, unia as forças dos EUA em apoio aos Aliados. Os Estados Unidos da América, apenas concediam material bélico aos países em guerra com o Eixo, além de impedir, com seus aviões e grandes navios, que os inimigos cruzassem o oceano Atlântico. Até então uma postura francamente isolacionista mantinha os EUA afastados, diretamente, de um conflito bélico com as forças do Eixo .

No dia 7 de dezembro de 1941, “(...) o Japão atacou sem prévia declaração de guerra a base naval de Pearl Harbor, no Havaí. Logo depois, a Alemanha e a Itália declaravam guerra aos Estados Unidos” (Mello; Costa, 1990, p.276). Só então, a guerra toma, realmente, proporções mundiais e ultrapassa os limites da Europa.

Com os Aliados fragilizados perante as consecutivas vitórias do inimigo, seria necessária uma intervenção. Estudiosos,

analistas e estrategistas de guerra buscavam todas as formas de manter a moral de seus combatentes diante do forte Eixo. Mas foi um desenhista, “Milton Caniff, um dos mestres dum novo estilo de desenho, partindo da influência de Noel Sickles, para um traço forte de pincel, incisivo, grosso, característico seu” que, ao menos no plano simbólico, apresentaria uma solução. (Moya, 1977, p.50).

Caniff tinha em mente os homens que enfrentavam as dificuldades no campo de batalha, deparando-se com a morte a cada dia e com o terror da matança. Como uma espécie de antídoto contra o medo e uma moral em baixa, o desenhista apresentou sua receita: os homens estavam precisando de entretenimento .

Diante desta grande oportunidade de expor seu trabalho, fazendo sua parte patriótica em prol da nação norte-americana, Milton Caniff “(...) criou, especialmente para os soldados no front, em tiras diárias do Camp Newspaper Service, a personagem Miss Lace na série Male Call” (Moya, 1977, p.50). Esta mulher atraente e “sexy”, traria consigo uma “alegria fogosa”, que estimulou a mente dos soldados durante todo o período de confronto.

Mal sabiam os soldados que esta presença insinuante, era um artigo exigido “(...) pelos psiquiatras que trataram as pin ups do cinema hollywoodiano com idênticos objetivos: levantar o moral sexual dos combatentes” (Moya, 1977, p.50-51).

Por mais que o mundo estivesse em guerra e o foco da comunicação e propaganda mundial estivesse voltado para a batalha entre o Eixo e os Aliados, não era possível esquecer que um país continuava existindo. Os Estados Unidos da América ainda se reerguia da quebra da bolsa de New York; a nação trabalhava duro para construir uma estrutura forte e duradoura. Mas com os homens defendendo sua pátria, muita desta força de sustentação e suor despendido vinha das mulheres.

Em 1941, baseado em uma experiência de liberação para milhões de mulheres que participavam dos esforços de guerra, William Marston, um renomado psicólogo, inventor do detector de mentiras (máquina que

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

analisa, segundo resultados de ondas cerebrais, o grau de verdade imposto pelo analisado a uma questão qualquer), concebe a primeira heroína dos quadrinhos desde sua criação, a Mulher Maravilha (Wonder Woman).

As mulheres sempre foram representantes das limitações do “sexo frágil” nas páginas das mais diversas revistas em quadrinhos, quando não apareciam de forma insinuante, estimulando (sexualmente) as mentes de adolescentes no mundo todo. Com a criação de Marston, a mulher saiu da sombra dos grandes heróis, deixando de ser vítima para ser a própria heroína, dona de si, forte e independente, como seria na realidade vivida.

Era comum ver a Mulher Maravilha quebrar correntes com as próprias mãos, buscando quebrar assim os tabus impostos pela sociedade, bem como exigir, através do seu “laço da verdade”, a justiça perante a impunidade.

No palco de medo e assustadoras hipóteses em que se transformara o mundo, os EUA sentiam a necessidade do surgimento representantes de um imaginário nacionalista que evidenciassem a todos o sentimento patriota necessário naquele momento, destacando os ideais de liberdade e justiça pregados em sua sociedade. Quem mais poderia simbolizar o povo dos Estados Unidos da América durante a Segunda Grande Guerra, do que alguém que aglutinasse a liderança e, ao mesmo tempo, evocasse as características mais caras à pátria norte-americana? A resposta não tardaria: as ações do “Capitão América, escrito por Joe Simon (depois, Stan Lee) e desenhado por Jack Kirby” tiveram início, “refletindo o clima americano da Segunda Guerra Mundial, lutando contra o Caveira, líder dos nazistas” (Moya, 1977, p.66).

Criado e desenvolvido em 1940, o Capitão América apareceria nas revistas em quadrinhos apenas em 1941. Secundado por uma galeria de vilões estereotipados, este herói se manteve presente junto ao imaginário de seus compatriotas, lutando lado a lado no campo de batalha; vivendo as mesmas dificuldades do front.

Restaria ainda pontuar que nem todos os personagens importantes surgidos durante

o período abordado, puderam ser citados nestas páginas, entre os quais The Spirit, Flash Gordon, Namor e o Tocha Humana. Esperamos, todavia, ter alcançado o objetivo prioritário: municiar o leitor com informações suficientes para o ingresso no mundo deste grande herói que será, aqui, posto em análise: o Capitão América.

2 A GRANDE DEPRESSÃO: “ABUNDÂNCIA PARA POUCOS, MISÉRIA PARA MUITOS”:

Para se poder analisar o surgimento e a existência de um personagem tão forte simbolicamente como o Capitão América, é imprescindível montar o ambiente histórico de seu surgimento. Assim, é importante pontuar os acontecimentos que movimentaram a população norte americana no período pós-Primeira Guerra Mundial, tendo um foco todo especial nos eventos ocorridos em 1929 e nos anos que se seguiram a sua sofrida reestruturação econômica e social.

O período pós-Primeira Grande Guerra, ocorrido de 1919 a 1929, pode ser lembrado como a era dos grandes negócios. O país vivia um momento econômico muito positivo e o presidente Warren Harding, que governou de 1921 a 1923, adotara “(...) por slogan à volta a normalidade, criando um clima para bons negócios” (Mota, 1987, p.295). O solo norte-americano, para um crescimento econômico, estava plenamente fértil, pois a vitória perante o embate que fora a Primeira Grande Guerra motivou a população ao consumo. Frases como “dentro em breve avistaremos, com a ajuda de Deus, o dia em que a pobreza será banida do país”, eram ditas constantemente pelo presidente e reforçadas através da mídia (Mello; Costa, 1990, p.260).

Tal frenesi econômico era o reflexo da destruição das nações européias, palco dos confrontos armados na Primeira Guerra Mundial. Esses países buscavam se reerguer, sendo obrigados a aumentar o nível de importações, visando assim ter subsídios para um crescimento próspero. Os EUA foram um dos grandes exportadores neste período, aumentando seus lucros a níveis altíssimos, como é

citado pelos autores Leonel Mello e Luís César Costa:

Entre 1921 e 1929 a renda per capita aumentou de seiscentos e sessenta dólares para oitocentos e cinquenta e sete dólares; a construção civil erguia enormes arranha-céus, transformando as silhuetas das cidades norte americanas; os oito milhões de veículos a motor de 1920 eram já vinte e três milhões em 1930; geladeiras e fogões tornaram-se comuns, os rádios, praticamente inexistentes em 1920, atingiam treze milhões de unidades em 1929. Todos esses produtos outrora artigos de luxo, baixaram de preço, enquanto os salários subiam. O que era luxo, passou a ser necessidade. (Mello; Costa, 1990, p.260).

As facilidades de consumo eram tantas que a população dos EUA passou, em poucos meses, de uma nação economicamente infértil para uma nação financeiramente próspera. Eletrodomésticos, carros, bens de consumo, passaram a ser itens indispensáveis na vida de um norte-americano. “A procura dos produtos era sustentada pelos salários crescentes, pelos altos índices de emprego (apenas 5% de desempregados) e pela expansão das compras através de crediários” (Mello; Costa, 1990, p.260). Pessoas comuns começaram a ver o grande crescimento empresarial e de repente, passaram a ser acionistas, vivendo a base da especulação econômica, sendo este um novo estilo de vida para muitos nestes anos.

Apesar de toda essa bela imagem gerada através do consumo e da estabilidade econômica, o país não estava livre de problemas sociais graves, principalmente nos anos vinte, período esse que “(...) se caracterizou por um clima de desafio à legalidade, em todos os níveis. Em 1920, é proibido o consumo de bebidas alcoólicas (Lei Seca, que irá durar até 1933). Essa medida aumentou o contrabando, o gangsterismo e as máfias” (Mota, 1987, p.295-296). Grupos extremistas e politicamente reacionários também agiam de forma agressiva neste momento de prosperidade, como por exemplo, a Ku Klux Klan, situada no sul e no centro-oeste dos EUA. A Ku Klux Klan “(...) atua contra negros, judeus, católicos, progressistas em geral e intelectuais” (Mota, 1987, p.296). Assim, pode-se concluir que nem toda a população norte americana

estava prosperando nos mesmos níveis, nestes anos de “boom” econômico.

O crescimento acelerado das indústrias na década de vinte e o consumo desenfreado de mercadorias por apenas um segmento da sociedade começou a se tornar preocupante, pois o valor dos produtos industriais passou a subir, chegando à cerca de dez bilhões de dólares, tornando-se desproporcional ao aumento salarial mundial, que não foi além de seiscentos milhões. “Nestas circunstâncias, com o crescimento dos salários menor que o aumento da produção, não era possível consumir boa parte do que se produzia” (Mello; Costa, 1990, p.261). Parte da população norte americana mantinha uma certa motivação ao consumo, mas tal motivação não alcançava a rápida expansão industrial gerando um excesso de produção.

Com o consumo interno incapaz de absorver toda a produção, as empresas norte americanas buscavam manter seus lucros investindo em países da Europa, estratégia que impulsionava a produção dos EUA através das importações. Mas a Europa gradativamente caminhava rumo à estabilidade econômica: no continente que fora palco da Primeira Grande Guerra, os países se reerguiam e, conseqüentemente, diminuía a grandes escalas as importações. “Assim formou-se um excedente de produção agrícola nos Estados Unidos, principalmente de trigo, que não encontrava mercado consumidor, interna ou externamente” (Mello; Costa, 1990, p.261).

As empresas viviam um momento de risco e o povo norte americano que, de 1920 a 1929, incentivados pela grande prosperidade econômica, investira seus bens em ações (que por um grande período atingiram cotações altíssimas), se deparava com a realidade: as ações valiam mais do que o capital das empresas. Quando as empresas começaram a falir, a população entrou em pânico. Leonel Mello e Luís César Costa, descrevem muito bem tal acontecimento:

No momento em que algumas empresas faliram é que os proprietários das ações se aperceberam de terem pago muito mais

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

pelas ações do que elas realmente valiam. Em pânico, todos os investidores passaram a querer vender suas ações, provocando uma vertiginosa baixa no seu valor. (Mello; Costa, 1990, p.261).

Em 24 de outubro de 1929, os Estados Unidos da América sofreu o grande choque na sua economia e no seu orgulho. Conhecido como a “quinta feira negra”, este foi o dia em que a bolsa de New York sofreu a maior baixa de sua história, acontecimento lembrado como o “crack” da bolsa de New York, chave para a depressão. O povo se viu tomado por um medo incomparável, gente rica se tornou pobre da noite para o dia, o otimismo econômico dava lugar a um grande pavor. “Em três anos, apenas nos Estados Unidos, quatro mil bancos faliram, quatorze milhões de pessoas ficaram desempregadas, os salários caíram 40% e a renda nacional foi reduzida em 50%” (Mello; Costa, 1990, p.262).

O presidente dos EUA neste período, Herbert C. Hoover (eleito em 1929), imediatamente buscou tomar medidas que fizessem o país superar a crise, como “(...) criar um organismo para a reconstrução financeira, para controlar a política deflacionária dos bancos, mas o resultado é o reforço do poder dos bancos, responsáveis em muito pela crise, com sua incontrolada expansão” (Mota, 1987, p.298). Assim, todas as ações de Hoover acabariam falhando.

Três anos depois do “crack”, um novo presidente é eleito: seu nome era Franklin Roosevelt e nele foram depositadas todas as expectativas do povo norte americano, expectativas estas que incluíam o ato de reerguer o país. Roosevelt reuniu uma equipe de diversos economistas para formular um plano de ações que resultariam na recuperação dos Estados Unidos, denominado de New Deal. “Este plano estimulava os investimentos, prevendo a intervenção do Estado na economia através da construção de estradas, barragens, auditórios, aeroportos, portos e habitações populares” (Mello; Costa, 1990, p.262). O investimento em atividades produtivas geraria mais emprego para a população, aumentando seu poder de compra e criando, assim, uma “bola de neve”. Com isso “(...) reapareceria a procura de produtos, incentivando a produção das indústrias que, por sua vez, reempregaria

trabalhadores, dando prosseguimento ao ciclo de recuperação econômica” (Mello; Costa, 1990, p.263).

Roosevelt teve um grande sucesso em suas ações, tomadas como medidas de urgência, mas que trouxeram uma nova motivação à população dos EUA. Agindo de forma dura, os “Cem Dias”, nome dado a estas intervenções econômicas, não só buscou combater o desemprego, mas também punir aqueles que se aproveitaram da crise para crescer. Entre as medidas estariam “o fechamento de bancos em crise e a proibição da exportação e do entesouramento de ouro. Os bancos que escaparam a crise foram integrados a um sistema federal e rigorosamente fiscalizados” (Mota, 1987, p.300).

Com todo o sucesso e o apoio do povo, Roosevelt se reelegeu presidente mais três vezes, tendo seu mandato estendido de 1932 a 1945, quando morreu exercendo seu cargo.

Mesmo com o sucesso do New Deal, o crescimento do país era lento: dez anos depois, em 1939, quando os EUA se deparavam com os acontecimentos que iriam dar origem a Segunda Guerra Mundial, a nação se encontrava fragilizada, negando-se a qualquer tipo de envolvimento com o que poderia ser outra grande crise como a que ocorrera em 1929.

O palco estava formado: uma nação sofrida e ressentida devido a acontecimentos do passado, temerosa à frente a uma guerra que poderia alavancar o país para um novo momento de prosperidade ou para a decadência total. É neste período e sob essas circunstâncias que a comunicação (e a propaganda) deve agir, incentivando a nação a defender seu país e estimulando os cidadãos comuns a serem “americanos”, ou seja, serem heróis.

3 O HERÓI:

Em 1939, como visto no capítulo anterior, a nação norte americana vivia reflexos de uma crise que assolava todo seu povo, não importando a condição financeira, religião ou raça. Os reflexos dos acontecimentos de 1929 impediam que o povo dos EUA mantivesse uma alta estima, e, no entanto, o mundo se encontrava diante de um confronto armado, decorrente

do avanço das preliminares para a Segunda Guerra Mundial. Nesse palco, dois jovens desenhistas free lancers, Jack Kirby e Joe Simon eram contratados pela Timely Comics, no final do verão de 1940. Ambos trabalhavam na criação de um novo herói, Marvel Boy (conforme figura 01), um personagem considerado padrão nos moldes da época, salvando mocinhas de vilões, enfrentando assaltantes de banco, dentre outras ações ainda hoje consideradas clichês. Este primeiro trabalho da dupla Kirby e Simon, é imprescindível para se recuperar a gênese do Capitão América, cujos conceitos de design, devem muito ao Marvel Boy, como afirma Theakston, em seu artigo publicado na revista Capitão América 200:

Se existe um lugar onde as primeiras sementes do Capitão América foram plantadas, foi nas histórias de Marvel Boy. Criado por Joe Simon, o uniforme do personagem era bem semelhante ao do Capitão, das botas de buqueiro às luvas de punhos longos, passando pela cor azul-escuro. (Theakston, 1996, p.04).

Com seu trabalho, Kirby e Simon acabaram se consagrando como grandes desenhistas, sempre envolvidos em grandes projetos. De fato, a dupla acabou, em pouco tempo revolucionando as histórias em quadrinhos de ação, com seus traços inovadores, histórias instigantes e bem elaboradas.

(Figura 01)

Seis meses depois do primeiro grande sucesso de Simon e Kirby, os Estados Unidos da América estavam vivenciando intensamente o furor da Segunda Guerra Mundial. Nos cinemas eram passadas imagens de uma dominação mundial idealizada pelos nazistas, uma forma de aterrorizar a nação através da mídia, seduzindo seus filhos ao alistamento militar. O Uncle Sam ou Tio Sam, figura imortalizada por James Montgomery Flagg na Primeira Guerra Mundial, voltava a apontar o dedo para os americanos pedindo uma atitude patriótica, buscando mobilizar o povo com frases de impacto como “I Want You” (Eu Quero Você), sendo o “Eu” desta frase representativo da nação norte

americana; isto é, o país precisa do seu povo.

Com a histeria em torno da Segunda Guerra Mundial em alta, os meios de comunicação buscavam “fazer sua parte”; assim, o diretor editorial da Timely Comics, viu uma grande oportunidade de colaborar com o “esforço de guerra”, como descrito por Greg Theakston: “Em 1940, a Segunda Guerra Mundial estava entrando em ebulição, e o diretor editorial da Timely, Martin Goodman, resolveu que era o momento certo de criar um herói patriótico” (Theakston, 1996, p.04). Foi então que Joe Simon criou o uniforme do mais novo herói norte americano, o Capitão América e Jack Kirby ficou com a árdua missão de escrever a sua primeira história, que tinha como temática a destruição da grande potência que trazia o “terror” para o mundo, o nazismo alemão, além de influenciar o povo dos EUA a lutar num conflito distante.

A capa da primeira edição da revista Capitão América devia passar, através de um desenho, todo a força deste herói patriota, além de deixar bem claro seus objetivos. Depois de inúmeras reuniões, os diretores da Timely Comics concordaram que nada seria mais marcante do que mostrar o Capitão América esmagando a ameaça nazista, certamente visando, através de um grande impacto, um recorde de vendas. Jô Soares assim descreveu o Capitão América em sua participação no livro “SHAZAN” de Álvaro de Moya: “Valoroso defensor dos ideais americanos à antiga – mais ou menos correspondente àqueles dos primeiros desbravadores para quem um índio bom era um índio morto” (Moya, 1977, p.100).

Assim, o primeiro número da revista (conforme a figura 03, analisada no capítulo 06), estampa em sua capa o “recém nascido” herói norte americano dando um soco no rosto do ditador alemão Adolf Hitler. Para além da explícita capa, a revista dotada de mensagens propagandísticas adicionais, a serem analisadas posteriormente, a revista chegou às bancas do país em 20 de novembro de 1940 e se esgotou em apenas uma semana: missão cumprida, Kirby e Simon sabiam que um grande sucesso acabava de nascer.

Era sabido que o novo herói dos comics dos EUA trazia traços semelhantes à antiga criação de Kirby e Simon, o Marvel Boy.

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

Mas, acusações não pouparam o personagem acerca de outras “semelhanças”. John Goldwater, diretor editorial da L. J. Comics, empresa de quadrinhos muito bem conceituada naquela época, acusou a Timely de plágio, afirmando que o Capitão América se parecia com um de seus personagens, o The Shield “(...) especialmente quando o herói erguia seu escudo, originalmente pintado com estrelas e listras” (Theakston, 1996, p.05). Em vez de correr o risco de ser processada, a Timely mudou o escudo antes da segunda edição ir para a gráfica (figura 02).

(Figura 02)

A mudança do formato do escudo deixou Kirby feliz, como este expressou em entrevista com Greg Theakston: “Fiquei contente com a mudança. (...) Eu nunca gostei do primeiro escudo. O modelo redondo tem um desenho melhor e é mais prático. E, claro, a parte mais importante é que ele pode ser lançado, aumentando o poder do personagem” (1996, p.05). Menos ingênuo, Jô Soares acha “(...) estranho que um herói tão agressivo tenha escolhido para si um instrumento defensivo”. Em sua análise, o humorista e fã das HQ's, detecta no Capitão América, o desejo deste personagem, “(...) através do escudo insinuar simbolicamente que só ataca para se defender. Esta imagem pode parecer paradoxal, mas de certa maneira sintetiza todas as desculpas e tomadas de posição da política internacional americana frente aos conflitos que participa” (Moya, 1977, p.101).

Seja qual for o(s) verdadeiro(s) significado(s) de seu escudo, é fato afirmar que esta arma, assim como seu possuidor, se tornou um símbolo. Ao ver apenas o escudo, mesmo solto sobre uma mesa, a imagem do Capitão América se torna referente, assim como seus feitos e a nação a qual representa.

Tendo a companhia de um adolescente chamado Bucky Banners que, sem nenhuma habilidade especial, estranhamente conseguia acompanhar o herói em suas aventuras, o Capitão América desempenhava seu papel patriótico diante a potência nazista, “fazendo história” ao lutar

lado a lado com os combatentes americanos no front. Theakston, ao escrever sobre Bucky Banners, reforça a incógnita de sua existência: “Embora nunca tenha sido explicado, Bucky conseguia acompanhar um supersoldado, nocautear nazistas com o dobro de seu tamanho e derrotar vilões mascarados sem nenhum esforço” (1996, p.05). O próprio, Joe Simon respondeu a Theakston: “Olhando retrospectivamente, o parceiro adolescente do Capitão parece bem idiota, mas, naquela época, era uma coisa quase esperada. Portanto, nós seguimos a moda” (Theakston, 1996, p.05).

Ao criar o Capitão América, os editores tinham em mente um perfil de não agressão, mas sim de contra ataque: um personagem representativo de uma nação resistente como um escudo e forte o suficiente, capaz de abrir caminho com os próprios punhos até o líder nazista. Buscava-se um herói que tivesse uma forte ligação com a realidade a qual se vivia num período pré-guerra: politicamente correto, devotado a sua nação e acima de tudo patriota e sempre disposto a defender seu povo.

As linhas a seguir serão destinadas a transcrever a história da “origem” deste herói, sendo pertinente alertar o leitor, para que este tente imaginar-se em meio a tais acontecimentos já citados, para assim poder sentir, talvez por um instante, o impacto desta história no imaginário dos adolescentes norte-americanos.

Steve Rogers, verdadeira identidade do Capitão América, nasceu em um bairro pobre de New York e passou a maior parte da sua juventude colaborando para o sustento da família, devido ao fato de ter se tornado órfão de pai muito cedo, sendo criado com muito sacrifício pela mãe. Rogers se destacou bastante nos estudos, desenvolvendo também um grande talento para a arte (desenho e pintura), mas manteve isso em segredo para não ser humilhado pelos moleques de sua rua.

Com a depressão, os tempos se tornaram mais difíceis para a família de Steve. Sua mãe começou a lavar grandes volumes de roupa para outras famílias, com a finalidade de garantir um bom futuro ao seu filho, mantendo a esperança de que a situação se estabilizaria. Mas o esforço constante e a pouca alimentação foram demais para a

pobre mulher que acabou falecendo, tornando-se vítima da pneumonia.

O jovem Rogers arranhou então um emprego como entregador, e alugou um pequeno quarto de pensão, local onde pretendia viver com a herança dos ensinamentos de sua mãe: a esperança de que a situação melhorasse. Um dia, assistindo a um noticiário no cinema, Steve Rogers tomou conhecimento da máquina de guerra alemã e dos planos de conquista do ditador Adolf Hitler. Temendo pela perda da liberdade e a destruição da humanidade caso os nazistas não fossem detidos, resolveu fazer algo por seu país.

Com o espírito patriótico herdado de seus estudos e família, Rogers não podia ficar apenas olhando tais acontecimentos. Assim, fez exames para entrar no exército, com a esperança de ser convocado para a guerra, mas devido ao fato de ser magro, fraco e esguio, acabou sendo recusado, acontecimento que o deixou extremamente abalado e triste. Vendo tanto empenho e patriotismo, o General Phillips, membro da equipe de convocação para o combate, percebeu que havia finalmente encontrado o voluntário ideal para a “operação renascimento”. No mesmo dia, Rogers tomou um avião para Washington e foi levado para uma pequena loja de antiguidades. Ali, seria conduzido, por uma passagem secreta, até o mais avançado laboratório bioquímico da época.

Lá, Steve é apresentado ao maior biofísico do mundo, o Dr. Abraham Erskine, que lhe dá algumas orientações quanto aos riscos que correria: havia 50% de chances de Rogers se tornar super forte e 50% de chances de vir a falecer. Apesar dos riscos, o candidato mostra ser corajoso e não temer a morte. Ele acreditava que sua pátria era mais valiosa que sua própria vida.

Nas semanas seguintes, Steve Rogers foi submetido a uma série de testes para determinar os limites de sua capacidade física, analisado pelo doutor Anderson, assistente do Dr. Abraham Erskine. Ambos concluem que o jovem era perfeito e resolvem aplicar o “soro do supersoldado”. O soro deveria ser ingerido na forma oral e

logo após Rogers seria bombardeado por raios “vita” em uma câmara própria para o experimento, para acelerar a transmutação tecidual, e assim aconteceu. Poucos minutos depois, Rogers deixou de ser um aspirante a soldado dotado apenas de inteligência e amor a pátria para se tornar o primeiro “exemplar” de um futuro batalhão de supersoldados. Mas neste instante, o inesperado aconteceu: um espião aliado ao Terceiro Reich saca um revólver e assassina o Dr. Erskine, matando o único conhecedor da fórmula do supersoldado. Steve “(...) começa sua carreira liquidando o espião nazi que mata o seu benfeitor” (Moya, 1977, p.100). Ao jogar o inimigo contra a câmara de raios “vita”, estaria eliminando a possibilidade de outra experiência como a que fora submetido.

Com o inesperado incidente, Rogers torna-se o único super soldado, devendo ser preparado para assumir as funções de um verdadeiro super herói. Assim, Steve Rogers iniciou um programa intensivo com a duração de três meses para ensiná-lo a dominar a força e as limitações de seu novo corpo, sendo treinado pelos melhores lutadores, halterofilistas e ginastas do mundo. Paralelamente, recebeu do próprio General Phillips instruções gerais sobre táticas e estratégias militares, além do uniforme do Capitão América. Afinal, que uniforme seria mais digno a um herói nacional do que a representação de sua própria bandeira? Jô Soares questiona a imagem adotada pelo Capitão América em seu uniforme, dizendo: “A própria escolha do uniforme, listado e estrelado como a bandeira americana, deixa transparecer as suas intenções, assim como a preocupação de deixar bem claro: América for Americans” (Moya, 1977, p.100-101).

Em que pese os questionamentos quanto à ideologia de sua gênese e as mensagens carregadas por este “super soldado” nascia, em grande estilo, o maior e mais forte símbolo da liberdade já visto desde então, o Capitão América.

Participando de inúmeras aventuras, enfrentando cara-a-cara o próprio Führer, o Capitão América se tornou o primeiro herói político, destacando-se dos demais que até então só estavam preocupados com o crime comum. A história do surgimento do mais novo herói norte americano trouxe uma revolução aos quadrinhos da época, pois este se tornou o primeiro herói a viver as

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

dificuldades de sua nação, aproximando-se da realidade vivida pelo povo norte-americano, identificando-se ainda mais com o leitor.

O sucesso do Capitão América era enorme, tornando-se exemplo de arte dentre os quadrinistas da época “(...) editores jogavam a Captain America Comics nas pranchetas de seus artistas e exigiam que eles imitassem o estilo. Simon e Kirby passaram para o centro dos acontecimentos, e foram coroados como os reis das histórias de ação” (Theakston, 1996, p.06).

No entanto, o Terceiro Reich viria a cair no início de 1945; nos meses seguintes o Eixo estaria liquidado. A existência do supersoldado passou (após anos de sucesso devido à guerra), a ser ameaçada por um terrível inimigo: o desinteresse dos editores (e certamente, dos leitores). Sem o perigo do nazismo, que motivações teria Steve Rogers para continuar lutando? E contra quem? As histórias do Capitão América circularam cada vez menos, com aparições, por muitas vezes escassas do herói. A Timely Comics ainda tentou reviver o personagem em outras revistas, onde o Capitão não era mais um personagem de destaque, tendo sua última aparição na revista Captain America Comics 78, em setembro de 1954.

Após passar alguns anos desaparecido, os criadores do personagem apostaram que o mundo iria precisar novamente de um herói patriota. Assim, o Capitão América será revivido milagrosamente na quarta edição da revista The Avengers em 1964, após ser “encontrado congelado em um iceberg”. Ironicamente, dirá o autor de SHAZAM: “Terá a sua reaparição alguma coisa a ver com a participação dos EUA no Vietnã?” (Moya, 1977, p.101). Atuando contra neonazistas idealizadores do “Quarto Reich”, espões russos durante a guerra fria ou terroristas árabes, o Capitão América seguiria buscando passar aos seus leitores, em diferentes períodos históricos uma espécie de sentimento nacional (norte americano), que não se conforma com as injustiças, repisando a imagem de defensor e porta-voz do sentimento de liberdade vivido em seu país.

Ignorando ou fingindo superar a passagem do tempo - e a própria história - o Capitão América tenta se manter “atual”,

encarnando o eterno guardião da liberdade. Ao surgir em 1940, tornou-se um herói representativo de uma nação; um ícone de heroísmo e patriotismo. Visto hoje, conserva, apesar de sua pálida presença, os traços e as razões de uma época, cuja ideologia pretendemos resgatar criticamente, através de sua imagem.

4 ADORNO E A INDÚSTRIA CULTURAL:

No decorrer dos capítulos anteriores, procedemos a uma breve retomada histórica da gênese das histórias em quadrinhos, um clássico medium da cultura de massa. Partindo de uma visão “macro”, aprofundou-se a situação a qual os Estados Unidos da América vivia, focando, intencionalmente, as condições financeiras, políticas e sociais do período entre guerras, até o surgimento de seu heróico combatente - centro das análises deste trabalho -, o Capitão América.

A fim de expor este personagem, o Capitão América, tanto quanto analisar as implicações políticas de suas ações, documentadas nas páginas das HQ's, buscou-se um embasamento teórico-conceitual que fundamentasse de forma contundente a natureza deste mundo de “inquestionável entretenimento”, abordando de forma crítica a cultura, assim como os meios de comunicação de massa.

Poucas correntes teóricas, segundo nosso entendimento, desenvolveram uma crítica de cultura com tanta profundidade e radicalidade como a Teoria Crítica da Sociedade, com destaque para seu mais eminente pensador, Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969).

Adorno é reconhecido até os dias de hoje pelo seu trabalho nas questões que fundamentam a cultura e a existência humana na era moderna, radicalmente marcada pela realidade do mundo capitalista. Considerado o nome principal da “Escola de Frankfurt”, Adorno desenvolveu junto a Horkheimer, o mais renomado estudo de sua vida, a “Dialética do Esclarecimento”.

Dentre as reflexões desenvolvidas por Theodor Adorno acerca da sociedade contemporânea, está o já clássico conceito de “Indústria Cultural” (parte integrante do livro “Dialética do Esclarecimento”), que

constitui um marco nos estudos da comunicação e da cultura de massa.

Ainda que não tenha sido um teórico voltado para os estudos em comunicação, o pensamento de Adorno abrange a arte, a literatura, a música e a cultura de massa em sua relação com a mídia, articulando uma profunda reflexão sobre o ser humano na sociedade capitalista ocidental.

Antes de examinarmos a contribuição da crítica adorniana a este estudo acerca das implicações políticas e sócio-culturais do personagem de HQ, Capitão América, é importante apresentar um pouco da vida e obra deste renomado teórico. Theodor Adorno é frequentemente acusado de ser um pensador “elitista”, “ultrapassado”, “apocalíptico” e “pessimista”. O conceito de Indústria Cultural seria “inoperante”. O presente estudo procurará mostrar o equívoco desta visão.

Este capítulo será dividido em três partes: a primeira buscará expor o histórico deste filósofo, tão importante para as mais diversas áreas de estudos atuais, assim como destacar as correntes teóricas que o influenciaram; a segunda tratará de apresentar o conceito de “Esclarecimento”, cerne da crítica adorniana; por fim, a terceira terá a árdua missão de apresentar ao leitor o conceito de Indústria Cultural, visando não apenas propiciar maior clareza ao seu complexo entendimento, mas ressaltar os momentos chave para sua “aplicação” a este tema específico: o sentido do personagem Capitão América na cultura de meados do século XX.

4.1 Um toque de Adorno:

É impossível contextualizar a vida de Theodor Adorno sem que haja a menção direta à renomada “Escola de Frankfurt”. Seu pensamento filosófico e as fundamentações teóricas de Adorno ligadas ao Instituto de Pesquisa Social se mesclam de tal forma, a ponto de haver o questionamento de quanto, efetivamente, um contribuiu ao outro (ao se tratar de conhecimento).

A história da chamada “Escola de Frankfurt” teve início com a fundação do Instituto de Pesquisa Social, em 1924. O contexto desta história é conhecido: a década de 20 foi um período em que a Alemanha vivia uma

sofrida jornada, impossibilitada de se reerguer, após os reveses que sofrera na Primeira Guerra Mundial (devido a políticas internacionais que buscavam manter os “derrotados”, eternamente nesta posição). O povo alemão se encontrava fragilizado socialmente, economicamente e politicamente; aparentemente, não havia partidos políticos que defendessem, efetivamente, os direitos de sua nação. A república de Weimer não correspondia aos anseios da população, que alimentava a esperança no surgimento de um governo que, de fato, trouxesse ao povo um estímulo: um pulso forte para enfrentar a difícil realidade vivida.

Vivendo em meio à pobreza econômica e a instabilidade política, os “revoltados” não tardaram a aparecer, buscando respostas em movimentos que oferecessem uma opção à República de Weimer. O socialismo e o marxismo, grupos de esquerda, teóricos e intelectuais em geral, se viram desamparados frente a uma política vacilante, que repisava opções falhas diante de um futuro incerto, como escreve Rodrigo Duarte ao contextualizar este período:

No início da década de 1920, a esquerda na Alemanha não tinha perspectiva políticas muito animadoras: ou apoiava a centro-esquerda social-democrata, no poder desde 1919, ou fazia, dentro do Partido Comunista alemão, sob a liderança de Moscou, oposição à social democracia, denunciando seu governo com uma estratégia das potências mais industrializadas para manter o país no atraso e na humilhação que a derrota na I Guerra Mundial havia imposto (Duarte, 2002, p.10).

Nesse clima de instabilidade, sobrevivia o desejo da busca de uma possibilidade adequada aos intelectuais de esquerda de expor seus pensamentos. Essa massa crítica desamparada desejava “(...) se voltar para uma investigação mais teórica com o objetivo de ampliar os horizontes do marxismo e, a médio prazo, possibilitar a correção dos rumos da política realizada até então, abrindo novas perspectivas para o futuro” (Duarte, 2002, p.10-11).

Em 1922, com a iniciativa de “(...) um recém-doutorado em ciência política pela Universidade de Tübingen, Felix Weil”

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

(Duarte, 2002, p.11), o primeiro passo, que resultaria na criação do Instituto de Pesquisa Social, era dado. Em Ilmenau (cidade alemã), era inaugurado a Primeira Semana Marxista de Trabalho (Erste Marxistische Arbeitswoche), que teve a participação de grandes intelectuais da época, como Georg Lukács, Friederich Pollock, dentre outros. O encontro “(...) teve tanto sucesso que se começou a pensar na possibilidade de tornar constantes as discussões teóricas no âmbito do pensamento de esquerda através da criação de um instituto de pesquisa” (Duarte, 2002, p.11).

Com o auxílio financeiro de seu pai (por ironia, um grande exportador de grãos), Weil ofereceu subsídios para que o sonho de construir um instituto de pesquisa voltado aos pensadores de esquerda – e os temas do movimento operário europeu – se tornasse realidade. O Instituto seria “(...) sediado junto a liberal Universidade de Frankfurt, mas com um estatuto próprio que garantisse sua independência com relação à administração central da universidade” (Duarte, 2002, p.11).

O organismo inicialmente chamado de Instituto para o Marxismo (Institut für Marxismus), teve o nome mudado para Instituto de Pesquisa Social (Institut für Sozialforschung), buscando assim, ser menos tendencioso. Sua premissa era a de “(...) defender a liberdade de abordar temas ainda considerados tabu no ambiente acadêmico” (Duarte, 2002, p.11). Isso significava dizer, em resumo, estudar, no âmbito da academia, assuntos ligados ao movimento sindical e operário na Alemanha e Europa.

O Instituto iniciou suas atividades em 1924, dirigido por Carl Grüenberg, que levava consigo, como concepção de trabalho, a “(...) necessidade de não se estabelecer privilégio especial para esta ou aquela concepção, orientação científica ou opinião de partido”, estando plenamente claro que “(...) qualquer unidade de pontos de vista entre os colaboradores prejudicaria os fins críticos e intelectuais da própria iniciativa” (Arantes, 1996, p.05).

Grüenberg, ao assumir posteriormente a direção da Revista de Pesquisa Social, se consideraria um marxista, mas entendendo-se por essa “(...) posição não em seu sentido apenas político-partidário, mas em

seu significado científico; o conceito “marxismo” servia-lhe para descrição de um sistema econômico, de uma determinada cosmovisão e de um método de pesquisa bem definido”. A postura de Grüenberg “(...) – veiculada a uma “escola” de pensamento, mas ao mesmo tempo entendendo-a em sua dimensão crítica e como perspectiva aberta – constitui, de modo geral, a tônica do pensamento dos elementos do grupo de Frankfurt” (Arantes, 1996, p.05).

A direção de Grüenberg se manteve até 1927, e em 1931, após “(...) um período em que predominara um marxismo acadêmico ainda um pouco ortodoxo, o filósofo Max Horkheimer assumiu a diretoria”. Possuindo uma postura inovadora, Horkheimer propunha “(...) uma espécie de síntese entre a filosofia clássica e as ciências humanas, entre o marxismo e certa vanguarda do pensamento burguês, corporificadas, à época, principalmente pela sociologia weberiana e pela psicanálise freudiana” (Duarte, 2002, p.12).

Com a entrada de Horkheimer na Direção do Instituto, uma posição voltada ao enfrentamento com a realidade política vivida é ressaltada. Assim, “o Instituto engaja-se na crítica da prática política dos dois partidos operários alemães (comunista e social-democrata), cuja ótica “economista” é atacada” (Mattelart; Mattelart, 1999, p.74).

Dando início a uma nova era de estudos para o Instituto de Pesquisa Social, Horkheimer “(...) já anteriormente inseguro pelos acontecimentos que culminaram com o estabelecimento do nazismo, desde o início de sua gestão providenciava em Genebra um escritório do instituto que poderia servir como sede alternativa no caso de um revés político” (Duarte, 2002, p.12). Essa iniciativa estaria entre os fatores que determinariam a sobrevivência dos membros da “Escola de Frankfurt” ao nazismo.

Theodor Wiesengrund Adorno, nascido em 1903, em Frankfurt, segundo Rodrigo Duarte: “(...) até sua chegada em Nova Iorque em 1938, não esteve entre os colaboradores mais próximos de Horkheimer” (2002, p.13). Por outro lado, tendo como concepção de proximidade um relacionamento de cumplicidade e

companheirismo, Paulo Eduardo Arantes afirma que, em 1921, “Adorno conhece Horkheimer, a quem se liga por profunda amizade” (1996, p.13).

Foram inúmeros os autores estudados por Theodor Adorno, mas poucos realmente influenciaram em sua trajetória, segundo Duarte: “(...) os principais são Immanuel Kant, Georg W.F. Hegel, Karl Marx, Friederich Nietzsche e Siegmund Freud” (2002, p.15). Com essa seleta influência, o jovem filósofo obtém, em 1923, o título de Doutor em Filosofia, apresentando uma tese sobre Husserl.

É difícil pontuar exatamente quando Adorno entrou em contato com cada autor, assim como o grau de importância que cada um possuía sobre o pensador; mas, o teórico que mais se destacou, estando presente nas leituras de sua mocidade, foi Immanuel Kant. Biógrafos relatam que “(...) já aos 14 anos o filósofo iniciou pela primeira vez a leitura da “Crítica da razão pura”, na companhia de Sigfried Kracauer, um amigo da família alguns anos mais velho” (Duarte, 2002, p.14).

Depois de Kant, entre as leituras mais marcantes, viria Nietzsche. Estudando suas obras desde os 16 anos de idade, Adorno confrontava-se com os pensamentos do autor de “Zaratustra”, escrevendo sua tese de habilitação, intitulada “O conceito do inconsciente na doutrina transcendental da alma”. Contudo, a impressão desta época em torno da obra de Nietzsche “(...) não é elogiosa, referindo-se a “filosofia do poder” como estando na origem do irracionalismo que culminou na ideologia nazista”. (Duarte, 2002, p.19).

A influência de Kant tornara-se cada vez mais presente a vida de Adorno, ao estudar em Frankfurt. Um professor chamado Hans Cornélius (que o orientara em algumas teses de habilitação), seguia os preceitos neokantianos, levando o filósofo a adentrar cada vez mais na filosofia do crítico da razão moderna. A linha filosófica de Kant “(...) foi um marco referencial importante para a formação do pensamento de Adorno” (Duarte, 2002, p.16).

Nota-se, entretanto que o hegelianismo também esteve presente a vida de Adorno, marcando sua importância, principalmente quando, em contato com Horkheimer,

puseram em prática os estudos sobre a “Dialética do Esclarecimento”. Há que salientar que, “(...) em princípios do século XX, o neokantismo era muito influente no meio acadêmico e cultural do que a filosofia de Hegel ou de neo-hegelianos”. Mas a filosofia hegeliana também teria seu espaço, indiretamente: “uma das primeiras influências sobre Adorno foi à leitura de Lukács ainda não marxista, mas já bem hegeliano (e não mais kantiano como antigamente)” (Duarte, 2002, p.17).

Adorno, como a maioria dos companheiros da “Escola de Frankfurt”, era um pensador de orientação marxista, doutrina que norteava seu universo de reflexões. A representação mais evidente da influência de Marx sobre Adorno é o seu texto “O fetichismo na música e a regressão a audição”, ensaio no qual o filósofo “(...) procura transpor a concepção de fetichismo da mercadoria, tal como aparece no livro I de “O capital”, para a análise crítica da cultura mercantilizada” (Duarte, 2002, p.18).

O interesse de Adorno pela obra de Freud, traria mais um elemento inovador para a Teoria Crítica. Naturalmente, tal interesse era muito mais teórico do que prático: Adorno nunca submeteu-se a análise. Ainda assim “(...) foi um dos primeiros a tentar abordagens da nova teoria de um ponto de vista da filosofia clássica alemã” (Duarte, 2002, p.20). A literatura freudiana se tornou um referencial para Adorno, sendo visível, em todas as suas obras da década de 30, referências à psicanálise.

A situação política na Alemanha estava conturbada nos anos 30. O partido social-democrata perdia a hegemonia política devido às sucessivas crises econômicas não superadas. O nacional-socialismo ganha espaço pela via eleitoral, até que, em 1933, Adolf Hitler torna-se chanceler do Reich, amparado pela força do partido nazi. “Desmantelando todos os potenciais focos de resistência democrática e socialista à tirania nazista” (Duarte, 2002, p.12), Hitler torna-se o supremo Führer. As consequências não se fazem esperar: o Instituto foi um dos primeiros alvos da Gestapo (em 13 de março de 1933 foi invadido e posteriormente fechado pela polícia), “(...) Max Horkheimer é destituído, e com ele todos os membros fundadores judeus do instituto” (Mattelart, Mattelart, 1999, p.75).

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

Com a ascensão do partido nazista e sua dura política, Horkheimer, que tentara levar o Instituto para outros países da Europa, percebeu que este continente não era mais seguro. Assim, acabou “(...) aceitando uma oferta da Columbia University para seu estabelecimento em Nova York” (Duarte, 2002, p.13), emigrando imediatamente aos EUA, seguido de seus mais próximos colaboradores, todos caçados pelo duplo crime de serem intelectuais marxistas e judeus.

Em 1933, tendo sua licença para lecionar em cursos superiores caçada pelos nazistas, Adorno tentara se manter como crítico de música em Berlim, tendo tido ainda a possibilidade de estudar com Alban Berg (grande artista que revolucionara a música do século XX), em Viena. Suas tentativas de trabalho numa Europa cada vez mais nazificada fracassam. Devido ao pensamento crítico que o mantinha e o sobrenome Wiesengrund, que revela sua origem judia, Adorno não tardou a perceber que sua permanência na Alemanha culminaria em um fim trágico. Era preciso sobreviver: assim buscou conquistar, através de seu mérito, uma bolsa de estudos na Universidade de Oxford, na Inglaterra, onde residiu durante 3 anos.

Após um período de afastamento entre Adorno e Horkheimer, os acontecimentos drásticos do avanço nazista e da guerra eminente irão reaproximar os dois filósofos. Adorno “refugiado” na Inglaterra, recebe um convite de seu amigo Paul Lazarsfeld a ingressar em um projeto de pesquisa de rádio nos Estados Unidos, possibilitando assim, sua saída da Europa e o reencontro com Horkheimer. Esse novo trabalho trará um impulso na produção intelectual de Adorno que resultará no clássico artigo “Sobre o caráter de fetichismo e a regressão da audição”, além de escrever “vários textos em inglês, com conexão mais direta ao “projeto” (Duarte, 2002, p.13).

Deparando-se com uma realidade muito diferente a vivida na Alemanha, e buscando subsídios para desenvolver o projeto, sobre a rádio, Adorno aprofundou-se no conhecimento “(...) factual dos principais mecanismos de funcionamento da indústria radiofônica, tornando-se para ele cada vez mais evidente o caráter essencialmente manipulatório e opressor dos mesmos, ainda quando ela declarava os fins eminentes culturais de seus produtos”

(Duarte, 2002, p.14). Armand e Michèle Mattelart descrevem em sua obra a revolta que Adorno sentira ao deparar-se às imposições de seu trabalho:

Adorno responde ao convite de Paul Lazarsfeld, que lhe oferece colaboração em um programa de pesquisas sobre os efeitos culturais dos programas musicais no rádio, no âmbito do Princeton Office of Radio Research (...). Esse primeiro projeto de pesquisa em solo americano é financiado pela Fundação Rockefeller. Lazarsfeld, por meio dessa colaboração, espera “desenvolver uma convergência entre a teoria europeia e o empirismo americano”. Espera que a “pesquisa crítica” “revitalize” a “pesquisa administrativa”. Essa esperança será frustrada. (...) A oposição entre as duas mentalidades revela-se insuperável. Adorno recusa dobrar-se à lista de questões propostas pelo financiador, que, em sua opinião, encerra o objeto de pesquisa nos limites do sistema de rádio comercial em vigor nos Estados Unidos e impede a “análise desse sistema, suas conseqüências culturais e sociológicas e seus pressupostos sociais e econômicos”. Em suma, uma lista que deixa em segundo plano o “quem”, o “como” e o “porquê”. (1999, p.76).

Este momento poderia constituir um marco do despertar de seu pensamento com relação à crítica que viria a ser denominada de Indústria Cultural. Ficaria claro para o filósofo que a “liberdade” pregada naquele país, a qual integrava toda sua população, não era isenta de uma certa “alienação”. De resto, o “poder” do consumo configurava-se a estes como algo intocável, inquestionável; consumo também da cultura, através da qual se realizaria uma pretensa apropriação do mundo.

Em 1941, Adorno e Horkheimer terminaram sua pesquisa ligada à Universidade de Columbia, indo morar aos arredores de Los Angeles. Ambos se defrontaram com questionamentos diante da realidade vivida naquele país, assim como comparações com sua distante pátria, a Alemanha. O resultado do “incômodo” de ambos autores, somado a um desejo prévio de escrever um livro discutindo a dialética, resultaria na mais consagrada obra destes teóricos, a “Dialética do Esclarecimento” editado originalmente em 1947.

4.2 O esclarecimento:

A “Dialética do Esclarecimento”, escrita nos anos finais da Segunda Guerra Mundial, marca a perplexidade dos autores com a crise instaurada pelos regimes totalitários do século XX. A ruptura que a guerra e o Holocausto representaram para a arte, a cultura, a vida, das sociedades européias e, em última estância, à civilização ocidental é a grande questão desta obra instigante e ainda atual, que tornou-se um marco no mundo acadêmico, constituindo-se como um dos principais textos da chamada Teoria Crítica da Sociedade.

Com a finalidade de expor a visão de Adorno acerca da Indústria Cultural, é preciso compreender o entendimento que este possuía da humanidade na era moderna, visto que esta, por sua dita “razão”, logrou criar sua própria dominação. Adorno fará a crítica da “dependência” de uma forma/estilo de vida criado pelo próprio homem e absorvida por este como algo natural (de sua natureza). Assim, percebe-se que o filósofo, buscou, ao intitular sua obra de “Dialética do Esclarecimento”, trazer uma análise interrogativa a tona, sendo esta compreendida apenas quando desmembrada e examinada em seus conceitos, separadamente. De fato, entender um pensamento crítico é instaurar uma árdua batalha entre o pensador (sua obra) e seu(s) leitor(es). Assim, é através de um pensamento dialético que a concepção de Esclarecimento é desenvolvida e criticada. A Indústria Cultural é um dos aspectos – talvez o mais visível – desta totalidade.

O Esclarecimento se coloca para a humanidade como uma busca incessante por uma racionalidade idealizada: uma lógica que expandisse a consciência do homem, resgatando um pensamento menos dogmático e mais científico, capaz de apreender e enfrentar a realidade da sociedade e do mundo moderno. Assim escrevem Adorno e Horkheimer em sua obra “Dialética do Esclarecimento”: “No sentido mais amplo do progresso do pensamento, o esclarecimento tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e investi-los na posição de senhores” (1985, p.19).

Eis a pretensão do homem a desmistificar seus mitos (deuses, demônios, entidades, etc.), acreditando que tal desmistificação seria o caminho seguro para o alçar de uma nova era; isto é “(...) dissolver os mitos e

substituir a imaginação pelo saber” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.19). Mas o mesmo homem que persegue a vivência de um ápice do conhecimento estará prestes a deparar-se com uma dura realidade: o poder gerado pelo saber.

Os homens, todavia, acabam esquecendo que “(...) os mitos que caem vítimas do esclarecimento já eram produtos do próprio esclarecimento” (Duarte, 2002, p.53). O mito “(...) queria relatar, denominar, dizer a origem, mas também expor, fixar, explicar” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.23), tendo os mesmos objetivos que o esclarecimento perseguiria séculos depois. Afastando o homem de sua natureza e valorizando apenas as ciências e os números como verdades absolutas para se atingir a sabedoria, o Esclarecimento converte-se numa armadilha: o homem tornou-se escravo de sua própria criação. Pois “(...) a super-desenvolvida ciência (...), ao invés de extirpar de vez a credência e a superposição, acabou engendrando uma nova mitologia” (Duarte, 2002, p.09).

Buscando a aversão ao ilusório, ao mito, às crenças de sua natureza, o homem tornou real, por consequência de seus atos, a premissa de que “poder e conhecimento são sinônimos”. Visto que “(...) a superioridade do homem está no saber” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.19-20), este imagina-se soberano, ao criar e difundir a lógica do pensar, quebrando barreiras e atingindo novos limites.

O homem esclarecido, valorizando seu conhecimento, assim como sua capacidade de pensar, pode desenvolver sua ousada meta: alcançar a superioridade pelo saber, pois nele “(...) muitas coisas estão guardadas que os reis, com todos os seus tesouros, não podem comprar, sobre as quais sua vontade não impera, das quais seus espias e informantes nenhuma notícia trazem” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.19). A mente do homem e seus pensamentos não podem nunca ser invadidos por forças quaisquer, independente da pressão sofrida, a mente é individual e só se coloca à serviço do homem, sendo este seu poder.

“O saber que é poder não conhece nenhuma barreira, nem na escravização da criatura, nem na complacência em face dos senhores do mundo” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.20). Ressalta-se que, esse saber convertido em poder, cuja essência é a

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

técnica – esta a serviço de todos os fins da economia burguesa, “na fábrica e no campo de batalha”. Presta-se a empresários e comerciantes.

Mas a natureza humana levou o entendimento e/ou a mentalidade gerada através do esclarecimento a um processo de dominação do que há a sua volta. Adorno e Horkheimer concluem em sua obra:

O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens. Nada mais importa. Sem a menor consideração consigo mesmo, o esclarecimento eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.20)

No anseio pela desmitologização, o número torna-se o “cânon” do esclarecimento. O homem buscou dominar o mundo à sua volta, conseqüentemente, a si mesmo, submetendo assim, suas conclusões a ciência. Para o esclarecimento, “(...) aquilo que não se reduz a números e, por fim, ao uno, passa a ser ilusão” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.23); assim, o pensamento do homem esclarecido se dá ao intuir que, “(...) a matéria deve ser dominada sem o recurso ilusório a forças soberanas ou imanentes, sem a ilusão de qualidades ocultas. O que não se submete ao critério da calculabilidade e da utilidade torna-se suspeito para o esclarecimento” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.21).

Com tal pensamento, o homem deixou de admitir o ilusório, tornando-se lógico e centrado, buscando aprender e conhecer aquilo que fosse capaz de explicar com sua consciência. Assim “o despertar do sujeito tem por preço o reconhecimento do poder como o princípio de todas as relações” (Duarte, 2002, p.55). Ocorre que o esclarecimento “(...) comporta-se com as coisas como o ditador se comporta com os homens. Este conhece-os na medida em que pode manipulá-los”. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.24). Que ninguém tenha dúvida: tal como se desenvolve na civilização ocidental, “o esclarecimento é totalitário”. (p.22).

Será oportuno retomarmos o prefácio para a “Dialética do Esclarecimento”, escrito pelos autores na Califórnia, em maio de 1944:

A aporia com que defrontamos em nosso trabalho revela-se assim como o primeiro objeto a investigar: a autodestruição do esclarecimento. Não alimentamos dúvida nenhuma – e nisso reside nossa *petitio principii* – de que a liberdade na sociedade é inseparável do pensamento esclarecedor. Contudo, acreditamos ter reconhecido com a mesma clareza que o próprio conceito desse pensamento, tanto quanto as formas históricas concretas, as instituições da sociedade com as quais está entrelaçada, contém o germe para a regressão que hoje tem lugar por toda parte. Se o esclarecimento não acolhe dentro de si a reflexão sobre esse elemento regressivo, ele está selando seu próprio destino. Abandonando a seus inimigos a reflexão sobre o elemento destrutivo do progresso, o pensamento cegamente pragmatizado perdeu seu caráter superador e, por isso, também sua relação com a verdade. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.13).

4.3- A Indústria Cultural:

O termo Indústria Cultural, citado pela primeira vez por Horkheimer e Adorno, em sua mais consagrada obra, a “Dialética do Esclarecimento”, viria substituir, de acordo com os autores, o equivocado termo “cultura de massa”. Arantes resume a substituição dos termos em sua obra sobre Adorno:

(...) “indústria cultural” visa a substituir “cultura de massa”, pois esta induz ao engodo que satisfaz os interesses dos detentores dos veículos de comunicação de massa. Os defensores da expressão “cultura de massa” querem dar a entender que se trata de algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas. Para Adorno, que diverge frontalmente dessa interpretação, a Indústria Cultural, ao aspirar à integração vertical de seus consumidores, não apenas adapta seus produtos ao consumo das massas, mas em larga medida, determina o próprio consumo. Interessada nos homens apenas enquanto consumidores ou empregados, a Indústria Cultural reduz a humanidade (...), as condições que representam seus interesses. (1996, p.08).

Proveniente do capitalismo, a Indústria Cultural é vista por Adorno como promotora

de uma (...) planejada manutenção do povo em um estado de ignorância” (Duarte, 2002, p.09), tendo assim como objetivo a alienação das pessoas em prol do consumismo alienado da sociedade moderna.

Diante dos estudos realizados sobre os programas musicais no rádio, Adorno depara-se com um sistema de “integração” nacional vivido nos EUA, que o leva a questionar “(...) o estatuto da música, rebaixado ao estado de ornamento da vida cotidiana, denunciando o que ele chama de “felicidade-fraudulenta da arte afirmativa”, ou seja uma arte integrada ao sistema” (Mattelart; Mattelart, 1999, p.76-77). Este último, possuindo uma “(...) postura aparentemente democrática e liberal, (...) realiza impiedosamente os ditames de um sistema de dominação econômica que necessita, entretanto, de uma concordância – pelo menos tácita – das pessoas para a legitimação de sua existência” (Duarte, 2002, p.09).

O sistema econômico capitalista moderno (vigente até a atualidade), traz consigo a “liberdade”, aos que a ele se integram, acreditando no consumo como espécie de fonte de um verdadeiro sentimento de estar livre, consumindo os produtos desta Indústria que oferece uma gama variada de opções. Esta integração a um sistema cuja vida é regida por uma racionalidade instrumental terá algumas de suas características cotidianas claramente apontadas pela teoria crítica: o trabalho se torna “mecanizado”, o prazer está fundamentalmente associado a um (planejado) “lazer”, o entretenimento tem por finalidade central “alienar” seus consumidores, evitando prévios questionamentos à realidade vivida. Em suma, “(...) só se pode escapar ao processo de trabalho na fábrica e na oficina adequando-se a ele no ócio” (Arantes, 1996, p.09).

Aliada à ideologia capitalista, e sua cúmplice, a indústria cultural contribui eficazmente para falsificar as relações entre os homens, bem como dos homens com a natureza, de tal forma que o resultado final constitui uma espécie de antiiluminismo. Considerando-se (...) que o iluminismo tem como finalidade libertar os homens do medo, tornando-os senhores e liberando o mundo da magia e do mito, admitindo-se que essa finalidade pode ser atingida por

meio da ciência e da tecnologia, tudo levaria a crer que o iluminismo instauraria o poder do homem sobre a ciência e sobre a técnica. Mas ao invés disso (...), o homem tornou-se vítima (...) da dominação técnica. (Arantes, 1996, p.08).

O engodo gerado pelo Esclarecimento, trouxe ao homem a dependência da técnica e o comprometimento de seu(s) saber(es): “esse progresso transformou-se em poderoso instrumento utilizado pela Indústria Cultural para conter o desenvolvimento da consciência das massas” diz, ainda, algo apocalíptico, o comentador de Adorno (Arantes, 1996, p.08). Assim, o saber se torna superficial e a verdadeira busca pelo conteúdo é perdido diante as facilidades da Indústria Cultural: “O suposto conteúdo não é mais que uma pálida fachada, o que realmente lhe é dado é a sucessão automática de operações reguladas” (Arantes, 1996, p.09).

Sendo visado por esta indústria, o homem perde sua individualidade e deixa de ser uno para se tornar um receptor, membro – descartável – de uma massa integrada a um sistema único, o Capitalismo e a Indústria Cultural. Mauro Wolf em seus estudos sobre as Teorias da Comunicação assim escreve:

Na era da Indústria Cultural, o indivíduo deixa de decidir automaticamente; o conflito entre impulso e consciência soluciona-se com a adesão acrítica aos valores impostos: aquilo a que outrora os filósofos chamavam vida, reduziu-se à esfera do privado e, posteriormente, à do consumo puro e simples, que não é mais do que um apêndice do processo material da produção, sem autonomia e essência próprias. (1999, p.74).

A Indústria Cultural, numa citação dos autores já canônica, impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente. Sendo assim, “o homem encontra-se em poder de uma sociedade que o manipula a seu bel-prazer: o consumidor não é soberano, como a Indústria Cultural queria fazer crer, não é o sujeito, mas o seu objecto” (Wolf, 1999, p.74).

A padronização da cultura e dos bens de consumo torna o homem apto a ceder a uma degradação intelectual, havendo uma

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

“forçada recusa” ao “mitificado Esclarecimento”, dando vazão ao seu atual significado deturpado. “A transformação do ato cultural em valor suprime sua função crítica e nele dissolve os traços de uma experiência autêntica. A produção industrial sela a degradação do papel filosófico-existencial da cultura”. (Matelart; Mattelart, 1999, p.78).

O valor dado a esta “cultura” obrigou os artistas das mais variadas áreas a cederem à vida dos negócios; assim, ao invés de se pensar no conteúdo que constitui a sua obra, são questionadas as possibilidades de seu sucesso, da distribuição de seu trabalho e o possível lucro dele resultante. O artista tende a atuar nos meios da tecnologia e seu trabalho se torna a mais nova “cultura”. O conteúdo se torna efêmero e o apelo estético impera trazendo consigo o fetichismo, onde “parecer” é mais importante do que “ser”. Como disseram os filósofos frankfurtianos, “não é à toa que o sistema da Indústria Cultural provém dos países industriais liberais, e é neles que triunfam todos os seus meios característicos, sobretudo o cinema, o rádio, o jazz e as revistas” (APUD Duarte, 2002, p.59).

Assim, é também no contexto dos regimes democráticos e liberais e não apenas em casos limites de poder ditatorial - é sempre bom ressaltar - que a deturpação do conceito real de cultura, traz ao homem a perda de sua capacidade intelectual, tornando-se mero receptor dos valores questionáveis gerados pela sociedade, que prega ao indivíduo um “falso Esclarecimento”, deixando-o munido de um “saber” sem conteúdo, rasteiro e, no limite, chulo.

O capitalismo define leis e obrigações referentes ao trabalho e a vida social, a qual o homem aceita sem ao menos questioná-las, integrando-se a um sistema de conformismo. Por sua vez, a Indústria Cultural estimula a negação do conteúdo intelectual, buscando inserir o consumo no que já fora a arte e, sobretudo, no entretenimento, “atividade” que supre a necessidade do lazer, e que faz inclusive do ócio um momento privilegiado para a venda de seus produtos ditos “culturais”. Este consumo referente ao entretenimento é assim descrito por Arantes:

O próprio ócio do homem é utilizado pela Indústria Cultural (...), de tal modo que, sob o capitalismo, em suas formas mais avançadas, a diversão e o lazer tornam-se um prolongamento do trabalho. Para Adorno, a diversão é buscada pelos que desejam esquivar-se ao processo de trabalho mecanizado para colocar-se, novamente, em condições de se submeter a ele. A mecanização conquistou tamanho poder sobre o homem, durante o tempo livre, e sobre sua felicidade, determinando tão completamente a fabricação dos produtos para a distração, que o homem não tem acesso senão a cópias e reproduções do próprio trabalho. (1996, p.09).

A Indústria Cultural busca trabalhar exatamente essa necessidade social de “consumo” do entretenimento que, lado a lado com o lazer, transforma-se numa poderosa oportunidade de negócios (música, filmes, quadrinhos, roupas, passeios, entre outros inúmeros itens). Em ambos os contextos, a “moda” tende a potencializar o consumo. “A influência da Indústria Cultural, em todas as suas manifestações, leva a alterar a própria individualidade do consumidor, que é como o prisioneiro que cede à tortura e acaba por confessar seja o que for, mesmo aquilo que não fez” (Wolf, 1999, p.76).

Deixar de consumir um certo produto da Indústria Cultural não será, portanto, uma mera opção, ou uma atitude facilitada, pois o indivíduo deve estar integrado à sociedade. Assim tal negação do consumo converte-se numa negação da própria estrutura social vivida, tanto quanto das pessoas de seu convívio. O indivíduo passa a ser mal visto por esta sociedade que, em algum grau, o excluiu, por não integrar-se ao bem comum. Mauro Wolf exemplifica este conceito:

Algo de semelhante acontece com a resistência do ouvinte [de música ligeira ou popular] em virtude da enorme quantidade de forças que agem sobre ele. Assim, a desproporção entre a força de cada indivíduo e a estrutura social concentrada que pesa sobre ele, destrói sua resistência e, simultaneamente, provoca nele uma má consciência motivada pela sua vontade de resistir. Quando a música ligeira se repete com tal intensidade que deixa de parecer um meio para parecer um elemento intrínseco ao mundo natural, a resistência

assume um aspecto diferente porque a unidade da individualidade começa a desmoronar-se. (1999, p.76).

Sendo o Capitão América uma peça significativa desta estrutura gerada pelo Capitalismo, a Indústria Cultural, partimos para a sua análise pontual, com base a crítica adorniana sobre a mesma, deixando como última colocação deste capítulo a análise de Paulo Eduardo Arantes referente a este assunto:

Criando “necessidades” ao consumidor (que deve contentar-se com o que lhe é oferecido), a Indústria Cultural organiza-se para que ele compreenda sua condição de mero consumidor, ou seja, ele é apenas tão-somente um objeto daquela indústria. Desse modo, instaura-se a dominação natural e ideológica. Tal dominação (...), tem sua mola motora no desejo de posse constantemente renovado pelo progresso técnico e científico, e sabiamente controlado pela Indústria Cultural. Nesse sentido, o universo social, além de configurar-se como um universo de “coisas”, constituiria um espaço hermeticamente fechado. Nele, todas as tentativas de liberação estão condenadas ao fracasso. (1996, p.10).

5 METODOLOGIA:

A metodologia aplicada referente a este trabalho implica em uma abordagem qualitativa, pois este método de pesquisa permite “(...) um olhar profundo e prolongado da realidade investigada” (Lima, 2004, p.30). Sendo o Capitão América o objeto de análise, sob a ótica da crítica de Theodor Adorno a Indústria Cultural, a pesquisa qualitativa “valoriza a idéia de intensidade em detrimento da idéia de quantidade” (Lima, 2004, p.30). Portanto, não é relevante a quantidade de material analisado, mas sim o grau de importância dado aos mesmos.

O método de estudo de caso constitui-se no mais adequado para que este trabalho tenha seu objetivo alcançado, pois este “(...) corresponde a uma das formas de realizar uma pesquisa empírica

de caráter qualitativo sobre um fenômeno em curso e em seu contexto real” (Lima, 2004, p.31). Entendendo-se a investigação e reflexão sobre o herói das HQ's, o Capitão América, uma análise atemporal, capaz de abordar a aura – e a significação – que ainda cerca este personagem, a utilização deste método se justifica, já que o mesmo “parte da premissa de que é possível explicar um determinado fenômeno com a exploração intensa/exaustiva de uma única unidade de estudo (...) ou de várias unidades de estudo (...), para possibilitar a elaboração de exercícios de análise comparativa” (Lima, 2004, p.31).

Este trabalho possui um cunho bibliográfico, devido ao fato deste ter sido embasado em livros que o munuiu das teorias necessárias para que a análise fosse possível. Manolita Lima, renomada autora de livros que explicam a “engenharia” das metodologias monográficas, assim explica:

A etimologia grega da palavra bibliografia (biblio=livro; grafia=descrição, escrita) sugere que se trata de um estudo de textos impressos. Assim, pesquisar no campo bibliográfico é procurar no âmbito dos livros e documentos escritos as informações necessárias para progredir na investigação de um tema de real interesse do pesquisador. (Lima, 2004, p.39).

Além de possuir um cunho bibliográfico, este também pode ser considerado um trabalho de cunho documental, uma vez que considera-se o material de análise como um documento cultural (e portanto social) de sua época histórica. A pesquisa documental “(...) pressupõe o exame ou o reexame de materiais que ainda não receberam qualquer tratamento analítico, no objetivo de fundamentar interpretações novas ou complementares sobre o que está sendo investigado” (Lima, 2004, p.111-112). Resumidamente explicado, o trabalho bibliográfico-documental consiste na teoria aplicada no objeto de estudo.

A análise de conteúdo objetiva o trabalho, sendo os materiais de análise “(...) provas daquilo que está sendo afirmado pelo pesquisador”, caso deste trabalho. Aqui, o objeto de análise é interpretado “(...) à luz de referenciais teóricos compatíveis com as exigências do tema/problemas norteadores da investigação” (Lima, 2004, p.115).

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

O material de análise foi escolhido com a finalidade de expressar, de forma clara, as questões abordadas por Adorno em sua crítica à Indústria Cultural. As figuras são datadas, perfazendo um período histórico que vai da II Guerra Mundial até e atualidade, embora todas busquem atestar a imagem atemporal desta espécie de “aura” que cerca o Capitão América e que reflete suas ideologias, sendo este aspecto exposto enfaticamente ao leitor.

6 O HERÓI E A INDÚSTRIA CULTURAL:

Sendo o Capitão América um singular representante de ideologias políticas e sociais norte-americanas, sua imagem se tornou espelho de um patriotismo exorbitante, parte intrínseca de um chamado *american way of life* (estilo de vida americano). O herói reafirma, no limite da perfeição, a fórmula ideológica “sonhada” por esta sociedade, de um verdadeiro cidadão que ama sua pátria, disposto a defendê-la nas mais diversas situações, pondo este sentimento acima de tudo, como que integrando-se com maestria a um sistema comum de conformidade patriótica.

Tal sentimento seria identificado como uma parte integrante da Indústria Cultural, sistema que “permite” às pessoas aceitar todas as “vantagens” (culturais, comportamentais, de divertimento e lazer) que lhes são oferecidas, como sinal de sua “liberdade”, ainda que, na realidade, imposto por um sistema abrangente e dominante. A lógica de integração do patriota ao *american way of life* é a mesma lógica de integração dos consumidores à indústria cultural. Mesmo aquele que pretende resistir acaba “(...) registrado em sua diferença pela Indústria Cultural, (...) ele passa a pertencer a ela assim como o participante da reforma agrária ao Capitalismo” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.123).

Para que a análise deste personagem possa ser posta em prática, foram selecionadas cinco imagens que representam de forma clara este idealismo presente nas páginas de suas “revistinhas”, desde sua criação até a contemporaneidade, além das mensagens que este busca sugerir em suas “heróicas” aventuras. As imagens são de diferentes períodos, atestando assim seu caráter atemporal, visto que o Capitão América apresenta em sua “alma” o reflexo de um

idealismo integrador que reflete os sentimentos mais profundos e arraigados de uma nação, para além de períodos históricos específicos (mesmo que radicais, como os tempos de guerra).

A capa da primeira edição da revista do Capitão América (figura 03) apresenta o núcleo central – um tanto óbvio e inevitável – diante da situação criada a partir da II Guerra Mundial: a superioridade norte-americana frente à Alemanha nazista.

(Figura 03)

As histórias em quadrinhos já apresentavam a predominância de um paradigma, até então tachado como clichê, centrado na definição clara – maniqueísta mesmo - do vilão e do herói. Tal dualismo era comum aos antepassados do Capitão América, persistindo nas histórias mais conservadoras da indústria dos quadrinhos até a atualidade. O destaque apresentado nas páginas das histórias do Capitão América, nos meados dos anos 40, consistiria em utilizar um vilão real em suas aventuras.

A ligação da imagem de Hitler (ditador da Alemanha de 1933 a 1945 e pivô da Segunda Guerra Mundial), ao vilão das histórias em quadrinhos, dita regras aos leitores que buscam no entretenimento uma “pseudo” fuga do “bombardeio” de mensagens (e de fatos “reais”, incluindo informações da luta) transmitidas pelos demais meios de massa. Ao impor ao leitor a diferenciação simplória do “certo” e do “errado”, o cartoon tende a sugerir aos receptores a certeza reconfortante de uma parcialidade óbvia – visto que o herói é o certo e luta pelo bem comum; um sentimento de tranquilidade por estar do lado dos justos que lutam pela “liberdade”. Pode-se ler nas primeiras páginas de seu famoso ensaio: “a unidade implacável da indústria cultural atesta a unidade em formação da política” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 116).

Como que para manter o leitor em eterno controle, a Indústria Cultural confunde a sua

concepção do real, direcionando seus conceitos básicos; enfim ela o cerca por todos os lados, tornando comum uma ignorância consciente e passiva. A perda do direito ao entretenimento puro e simples (a “arte leve” diria Adorno), configura-se na medida em que o sistema da indústria promove a fusão da verdadeira arte (“arte séria”), com a cultura e o mero divertimento, uma síntese que faz com que ambas as artes até então distintas percam suas especificidades e suas qualidades intrínsecas. Adorno assim escreve sobre a arte leve e séria, que a indústria cultural procura fundir em seus produtos, para prejuízo de ambas as esferas:

A arte leve como tal, a diversão, não é uma forma decadente. Quem a lastima como traição do ideal da expressão pura está alimentando ilusões sobre a sociedade. A pureza da arte burguesa, que se hipostasiou como reino da liberdade em oposição à práxis material, foi obtida desde o início ao preço da exclusão das classes inferiores, mas é à causa destas classes – a verdadeira universalidade – que a arte se mantém fiel exatamente pela liberdade dos fins da falsa universalidade. A arte séria recusou-se àqueles para quem as necessidades e a pressão da vida fizeram da seriedade um escárnio e que têm todos os motivos para ficarem contentes quando podem usar como simples passatempo o tempo que não passam junto às máquinas. A arte leve acompanhou a arte autônoma como uma sombra. Ela é a má consciência social da arte séria. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.127).

Assim “(...) os elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração se reduzem mediante sua subordinação ao fim a uma única fórmula falsa: a totalidade da Indústria Cultural. Ela consiste na repetição” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.127).

Relacionando a realidade ao mundo dos comics, o Capitão América traz ao entretenimento uma racionalidade que normalmente estaria excluído deste universo; já que o entretenimento busca a fuga do lógico, a pura e simples diversão. Cercado pelos meios de comunicação e pela indústria do entretenimento, que prometem aos consumidores uma “merecida” forma de evasão e relaxamento das tensões diárias, que deveria lhes proporcionar um descanso “mental”, o leitor se torna obrigado a estar informado – por

mais que sejam informações deturpadas – diante a realidade vivida, ocasionando uma tomada de posição “obrigatória”.

Como que refratária a enganos ou contradições, as aventuras do Capitão América buscam intensamente pôr o inimigo nazista em seu lugar reservado de vilão incondicional. Adorno assim escreve ao exemplificar tais estereótipos, consagrados pelos produtos da indústria cultural:

Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado, é perfeitamente capaz desde os primeiros passos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.118).

Se a ênfase do trecho citado está no cinema (meio que aliás não deixa de ter suas semelhanças estruturais com as HQ's), as observações do filósofo frankfurtiano – na concepção deste trabalho – são passíveis de ser aplicadas para outros consumidores e ramos da Indústria Cultural, como o dos cartoons. Pode-se assim, vislumbrar um leitor que se vê diante da seguinte realidade: deparando-se, em seu entretenimento, ao ler as HQ's do Capitão América, com mensagens que “são feitas de tal forma que sua apreensão adequada exige (...) presteza, dom de observação, conhecimento específico, mas também de tal sorte que proíbe a atividade intelectual do espectador” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.119).

Espalhadas por toda a capa da edição de número um do Capitão América, estão mensagens que plantam uma paranóica e absurda idéia de invasão – por parte dos vilões nazistas – aos EUA. Os “sinais” gráficos deste hipotético plano são claramente observados em um mapa, disposto de forma proposital sobre o chão da sala onde se encontra um Hitler que, como que pego de surpresa, leva o soco do herói norte-americano.

Os planos de invasão dos EUA por Hitler e seus aliados nazi, trazem consigo não apenas a noção de que o mundo sofre diante de tal guerra, mas sim, e, principalmente, a ameaça que paira sobre os Estados Unidos da América, a pátria dos inúmeros leitores, incitados a acreditar que

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

sua nação seria o novo alvo do “terror” Alemão, crença que deve unir a todos num único objetivo: a coesão total. Pois a crítica de Adorno mostrará que o verdadeiro inimigo da liberdade individual não se encontra nos limites externos da pátria-mãe. Ironicamente é justamente o liberalismo (e o desenvolvimento desenfreado) de países como os EUA que permitem ao sistema uma integração total de seus cidadãos e a restrição efetiva de suas liberdades (notadamente a de pensar).

Esse fenômeno ao qual quase ninguém escapa também caracteriza a dinâmica da Indústria Cultural, cujo poder e violência nada deixam a desejar ao modelo de sua gênese, o país das liberdades. Assim, a suposição de que “(...) a barbárie da Indústria Cultural é uma consequência do cultural lag, do atraso da consciência norte-americana relativamente ao desenvolvimento da técnica, é profundamente ilusório” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.124). Em comparação a Europa, Adorno assim escreve em sua obra: “Atrasada relativamente à tendência ao monopólio cultural estava a Europa pré-facista. Mas era exatamente esse atraso que deixava ao espírito um resto de autonomia e assegurava a seus últimos representantes a possibilidade de existir ainda que oprimidos”. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.124).

O soco dado pelo Capitão América no rosto do Führer, representa não apenas o poder armamentista norte-americano, mas sim a soberania de sua nação diante da “fraca” Alemanha, e de seu exército representado por “loucos” meticulosos e idealizadores do caos. Representando a única nação capaz de derrubar o próprio Führer, o Capitão América idealizado pela Indústria Cultural – vestindo nada mais do que a bandeira de sua nação, símbolo maior de patriotismo – usa como arma um escudo, representando a defesa dos ideais maiores de liberdade e justiça. Sociedade patriótica e indústria da cultura afinam assim o mesmo discurso e celebram a integração total, verdadeira inimiga da propalada liberdade.

O escudo que devolve as balas inimigas (como é visto na capa desta edição), apresenta o poder de defesa norte-americano que responde com um soco avassalador direto no coração da potência nazista (o seu ditador), simbolizando e

encorajando toda nação a ressaltar e exaltar a soberania desta grande potência.

O escudo deste herói é visto como o verdadeiro âmagô que mune o povo norte-americano, que segue a premissa de que se deve “atacar apenas quando atacado”. Um escudo forte que protege seu povo forte o suficiente para desferir um golpe certeiro no rosto do Grande Ditador; um povo que luta apenas pela justiça. O Capitão América se apresenta, fazendo o elogio da liberdade num país onde o próprio sistema econômico priva milhões de cidadãos desta apregoada facilidade, onde todos – por bem ou mal - integram-se ao Capitalismo, onde tudo prospera. Retomando uma frase de Tocqueville, Adorno acusa a tirania do monopólio privado da cultura: “O mestre não diz mais: você pensará como eu ou morrerá. Ele diz: você é livre de não pensar como eu: sua vida, seus bens, tudo você há de conservar, mas de hoje em diante você é um estrangeiro entre nós”. Desta forma quem não “se conforma é punido com uma impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do individualista (Adorno; Horkheimer, 1985, p.125).

Apesar de todo o poder emprestado pela Indústria Cultural ao Capitão América, este representa a nação norte-americana, um idealismo patriota que vai além da identificação com o leitor, convocando cada consumidor a assumir o papel de “soldado”, convencidos de que apenas com a mobilização dos EUA seria possível a vitória diante dos nazistas. O maior representante do jovem soldado – ícone das propagandas norte-americanas destinadas a estimular o alistamento militar – seria Bucky, o adolescente aliado deste herói, que sem poder algum, seguia o Capitão em todas as suas missões.

Bucky é apresentado na capa desta edição prestando continência ao leitor, como a dizer “eu estou fazendo minha parte”. O inocente entusiasmo algo alienado do rapaz é sempre munido pela força incentivadora do Capitão América, que respalda suas ações e o estimula a nunca desistir, assim como o soldado que luta por sua pátria.

Como que substituindo o clássico chamamento do General Montgomery Flagg, conhecido como Tio Sam (“I Want You”), a capa desta edição se tornou um chamado aos jovens leitores para o alistamento, em defesa do *american way of*

life e do sistema capitalista e liberal, tendo como mote mostrar ao mundo o que propunha o país das oportunidades: a dominação pela liberdade.

Dotada de mensagens propagandísticas evidentes, esta edição da revista do Capitão América se esgotou em apenas uma semana nos EUA, levando a Indústria Cultural a atingir seus objetivos, embriagando as pessoas daquilo que estas mais desejavam, o doce e excitante estímulo patriótico. O momento propício permitiu - e permite até a atualidade - à Indústria Cultural "(...) se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias" (Adorno; Horkheimer, 1985, p.126).

O vilão Adolf Hitler das HQ's do Capitão América trouxe consigo uma falange de vilões ligados aos estereótipos mais visíveis do regime nazista, que cristaliza a imagem do partido e da nação alemã. O Caveira Vermelha (ver figura 04), se tornou o mais famoso inimigo do Capitão América e seus aliados.

(Figura 04)

Membro da "SS" alemã, o Caveira Vermelha é a pura encarnação do mal, representado como uma pessoa fria, meticulosa e malévola, capaz de passar por cima de todos - até de sua nação, como já fora retratado nos quadrinhos - para atingir seus ideais. Assumindo o lugar da pouco aterrorizante - e talvez desgastada - imagem "real" do Führer (pequeno, franzino com um rosto sem nenhuma marca mais selvagem, a não ser pelo brilho do olhar, durante os discursos), que não apresentava grandes desafios ao herói, o Caveira se tornou a clara representação do "verdadeiro nazista".

Com um rosto assustador e animalesco, sua imagem feia remete aos monstros das histórias infantis, que possuíam tal face buscando assustar as criancinhas; neste caso, o povo norte-americano. Sua face "demoníaca" permite uma direta ligação à representação ideal do totalitarismo de Hitler, do partido nazista e de seus ideais.

A face de uma caveira vermelha traz um sentimento de asco, que se estende, por consequência, ao nazismo. Nada de argumentos, de prelações, de análises ou levantamento de dados concretos, racionais, embasados em fundamentações sólidas. O ódio à tirania pode ser mobilizado a partir de uma asquerosa e repugnante imagem visual, que prescinde de maiores conhecimentos ou de um profundo entendimento da realidade histórica, para que se assuma a repulsa absoluta pelo regime nazista.

Usando por diversas vezes o uniforme dos soldados alemães, o Caveira Vermelha se tornou o inimigo da nação norte-americana, buscando sempre retratar a imagem do vilão que ameaça um dia dominar o mundo. Por muitas vezes visto como "louco", este inimigo da "liberdade" representava tudo de ruim encarnado: era fumante, frio e manipulador, estereótipos que colocavam - e colocam, visto que o Caveira Vermelha existe até a atualidade - o adversário na sua posição, a de puro mal, sendo isso inquestionável.

Com esta representação clara do que é o mal, o leitor pode se dar ao luxo de abrir mão de qualquer intenção de compreensão deste vilão - e por consequência, do próprio nazismo - bem como de um possível desconforto ao pensar nos milhares e milhares de mortes que a obstinada resistência a esta encarnação do mal pode - e certamente vai - acarretar. O estereótipo do Caveira é típico fruto da mentalidade e das práticas da Indústria Cultural, que integra as pessoas a um estilo de vida padronizado e a uma mentalidade sem nenhuma profundidade ou capacidade de enfrentar o ambíguo, o contraditório, o complexo: selecionando, ao invés, "a" (única) forma "infalível" de distinguir as coisas - como que por instinto - das mais simples as mais complexas; tornando

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

natural a diferenciação do bem e do mal e, por conseqüência, do certo e do errado.

A Indústria Cultural, com suas imagens de vilões – e mocinhos – estereotipados acabam por reafirmar a lei de que os seus receptores – devidamente mapeados nos escritórios dos institutos de pesquisas (e de propaganda) – podem consumir a vontade os inúmeros produtos que afinal são sempre uma “mesma coisa”. Pois, no que diz respeito ao público, “cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com seu level, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricado para seu tipo” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.116). Assim, o vilão possui certas ações correspondentes a sua casta, diferenciando-o do herói, isto é, do americano capitalista. Mas ambos são fórmulas cristalizadas que se repetem na indústria, pois aos consumidores se apresenta uma vasta “hierarquia de qualidades” pré-concebidas.

Visto que nas produções da Indústria Cultural, “toda ligação lógica que pressupunha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.128), ao se tratar do vilão, é definida a orientação que deverá reger a massa de consumidores, sendo a posição do leitor estar ao lado do herói. Consumir certos produtos, fazer parte de certos grupos, assistir certos programas, dentre outros faz parte da prescrição usual da indústria. Adorno assim escreve sobre a catalogação dos públicos, em contrapartida a uma tomada de posição mais individualista ou individualizada:

A unidade implacável da Indústria Cultural atesta a unidade em formação da política. As distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistinhas de diferentes preços, tem menos a ver com seu conteúdo do que com sua unidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores. Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.116).

Esta espécie de “orientação” ao público, no que diz respeito às formas esperadas de consumo e posicionamento mais adequada aos leitores das “revistinhas” do Capitão

América chegou a níveis de radicalidade mais do que explícitos. Não basta comprar os exemplares da revista, é possível uma integração ainda mais efetiva, totalmente “visível”, com direito a “carteirinha”. A lógica da indústria deve afirmar repetitivamente a posição do herói e do vilão, estendendo tal diferenciação ao seu consumidor de uma forma mais do que palpável (ver figura 05); o leitor, aliando-se ao Capitão América, se torna um “combatente pela liberdade”.

(Figura 05)

Através da cobrança de um “custo simbólico” de dez cents (o que numa época de guerra nem parece assim tão simbólico), o leitor teve a chance de se tornar um “membro dos sentinelas da liberdade”. Como as HQ’s se tornaram uma verdadeira paixão para milhões de leitores pelo mundo todo, é de se perguntar se a identificação com o herói norte-americano (que, graças ao poder da Indústria Cultural, mesmo antes da chamada globalização, se tornou mundialmente conhecido), foi capaz de incitar alguns milhares de leitores, independente do seu país de origem, a posicionar-se arbitrariamente “contra os espões e inimigos que ameaçam nossa independência” (de fato, a dos EUA).

Assumindo a posição de “defensor da liberdade” o leitor estaria dando um grande passo não apenas rumo a integração ao “clube” criado pela indústria da cultura e do entretenimento. Ao assumir o discurso de um país democrático – os EUA – e seu regime econômico – o Capitalismo – na esteira da crença da “liberdade” que move todo esse gigante, o público do Capitão América, a partir da crítica de Adorno está assumindo outros valores (menos nobres, diga-se). Trata-se também – ou seria especialmente? – de se congregarem com a liberdade de consumo, de conformismo, de felicidade em adaptar-se a maioria, negando todo pensamento crítico e ridicularizando qualquer sistema que poderia vir a substituir ou até difamar a “perfeição capitalista”; um regime de “liberdades”, que se torna quase intocável

diante a mobilização voluntária de seus membros.

Afiliar-se ao clube como um passo natural decorrente do vínculo ao herói, acarreta na transferência sutil de seus ideais; após a “diferenciação” do certo e do errado, a submissão se torna mais simples. O “valor simbólico” de 10 cents faz lembrar a reclamação adoniana: “O logro, pois, não está em que a Indústria Cultural proponha diversões, mas no fato de que ela estraga o prazer com o envolvimento de seu tino comercial nos clichês ideológicos da cultura em vias de se liquidar a si mesma”. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.133 – 134).

Integrar-se se torna cômodo, pois o “esclarecimento” que logrou o homem, se desdobra em um sistema de conformidade, onde questioná-lo é impossível. A Indústria Cultural entretém, incentivando a busca pelo saber – por mais que este “saber” seja efêmero – além de estimular o consumo e a busca pelo supérfluo (o que inclui o “conteúdo” dos produtos da cultura). As fórmulas prescritas pelo mundo capitalista, bem como as regras que este impõem à massa, são expostas, em maior ou menor grau de explicitação, nos diversos meios de comunicação, que moldam seus consumidores ao mesmo tempo em que reafirmam o ideário da “liberdade”. Mas a realidade é dura e as facilidades são poucas diante do sofrido mundo em que tudo deve ser pago, até o entretenimento.

Na figura 06 vê-se a imagem do Capitão América sendo “surrado” por um vilão, que repetitivamente segue uma convenção clássica das histórias de ação: o herói é levado ao limite do castigo físico, mas – retirando as forças de seus ideais maiores de justiça – se ergue diante do vilão que, subitamente enfraquecido, acaba facilmente derrotado.

(Figura 06)

O prazer pela agressão física é exaltado a cada aventura e sublimado quando o “surrado” é o vilão, visto que este é o mal e deve ser expurgado. A sucessão de agressões se tornaram tão comuns que o fator aliviador da busca dos leitores não são

mais os desfechos das aventuras, mas sim a gama de “pancadaria” nela contida.

O inimigo deve ser vencido, para aprender a não desafiar o Capitão América, pois este – representante da nação soberana – é forte o suficiente e não tem piedade com aquele que o enfrentar. O inimigo deverá sentir todo potencial agressivo deste país para que jamais ouse se reerguer e atentar contra a “paz” do império norte-americano. Tais ações, repetidas vezes, são expostas nas histórias de ação deste herói, respaldando o que já fora apresentado na “vida real” com a bomba atômica, que mostrou todo seu poder ao adversário, mantendo-o, quem sabe para sempre, acuado diante de tal potência.

A agressão ao adversário – o “mal” – converte-se em prazer para o leitor, que vê saciada sua necessidade de ação, sentindo-se, de certa forma, protegido ao fazer parte dos “aliados” do Capitão América – o “bem”. Assim, o herói fará justiça com as próprias mãos, insinuando que aonde houver injustiça (seja a negação aos supostos valores da democracia capitalista e liberal; seja a independência diante dos EUA, enquanto força geopolítica a ser respeitada), o país tem a obrigação de intervir com seu exército de voluntários pela “paz”, aliando-se em prol do bem comum. Um bem que pressupõem total integração à “liberdade” do sistema e seus valores, reproduzidos de forma sistemática pela Indústria Cultural.

Mas nem sempre será um herói que o leitor verá distribuir socos e, em alguns momentos clichês, receber a parte que lhe cabe, inevitavelmente, na violência dos confrontos (como na figura 06). Num universo em violência não apenas os heróis batem e apanham. Quando “(...) o protagonista é jogado pra cá e para lá como um farrapo” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.129), o espectador é confrontado com a realidade vivida, de que nada é fácil de se angariar neste mundo de dificuldades, tendo de acostumar-se diariamente com sua porcentagem de “sopapos”, recebidos em meio aos – eventualmente - sofridos caminhos do mundo capitalista. Afinal, nas histórias dos cartoons repete-se aquilo que Adorno detectara com ironia amarga, nos desenhos animados do cinema hollywoodiano: “(...) os desgraçados na vida

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

real recebem sua sova para que os espectadores possam se acostumar com a que eles próprios recebem”. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.130).

Na medida em que as aventuras de ação “fazem mais do que habituar os sentidos ao novo ritmo, eles inculcam em todas as cabeças a antiga verdade de que a condição de vida nesta sociedade é o desgaste contínuo, o esmagamento de toda resistência individual” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.130).

Ao contrário das surras que atingem os personagens não heróicos (pensemos, com Adorno, no Pato Donald), e que acostuariam o homem comum à certeza de uma vida de humilhações e privações, a vitória do herói diante do inimigo é vista como a superação dos limites. Os ícones da estirpe do Capitão América, apesar das dificuldades de uma vida sofrida, são sustentados por uma nação que os impulsionam; suas causas são as causas as quais os indivíduos se entregam/integram sem restrições, na crença, talvez, de que podemos nos reerguer da sova diária e alcançar o tão cobiçado sucesso no mundo movido pelo prestígio, pela diferenciação em meio as massas e, por que não, pelo dinheiro.

O poder capitalista concentra-se nas mãos de poucos conglomerados e grupos poderosos, que manipulam as sociedades (com alguma forma de consentimento destas) através da Indústria Cultural, forma tecnologicamente ideal na difusão dos ideais deste sistema, que só atinge seus objetivos ao integrar a todos em uma dependência financeira e intelectual. Mesmo aquele que resiste acaba por integrar-se, em sua negação; ele é como a exceção cuja existência confirma a vitória da regra. Pois no mundo para o qual a Indústria Cultural cumpre o papel de (de)formador de consciências, “(...) o inimigo que se combate é o inimigo que já está derrotado, o sujeito pensante” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.139 – 140).

Tal soberania capitalista não teria atingido seus objetivos sem a necessidade (ou, no mínimo, a concordância) prévia gerada pelo próprio indivíduo que vive o logro do seu “esclarecimento”. Da mesma forma, a Indústria Cultural agiria apenas para responder a uma demanda real (e suas variadas necessidades) por parte de uma

maioria “alienada”; uma massa instintiva, pouco propensa à autonomia (e suas responsabilidades e auto-exigências), que tem como prioridade o efêmero, o fútil, o rasteiro, “momentos” produzidos e ofertados com competência e dedicação ímpar pela própria Indústria Cultural, integrando esta massa num círculo de dependência contínua. “A verdade em tudo isso é que o poder da Indústria Cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.128).

Assim, o Capitão América – como produto paradigmático desta indústria da “cultura” - seria moldado em resposta ao estímulo gerado pelo sistema (e pelo seu público), nunca se afastando, em tese, das premissas de “liberdade”, “justiça” e “patriotismo”, que motivam sua existência, ainda que, na prática, integrando tais públicos e levando-os a lutar por objetivos contrários a tais ideais. Gerado para responder imediatamente a demandas pontuais provocadas pela Segunda Guerra Mundial, o Capitão assume uma certa postura, que vem mudando desde então (ver figura 07), refletindo com insistência, apesar das profundas mudanças históricas, um sentimento experimentado de fato pela grande massa nacional, que compõem a orgulhosa pátria norte-americana.

(Figura 07)

O Capitão América insiste em manter sua significação e resistir ao passar dos anos (e ao final de sua função originária e principal, a luta contra a ameaça nazista), buscando torna-se mais forte ou, ao menos, jamais cair diante de diversos adversários e adversidades. Ele segue a representar, desta forma, para além das circunstâncias específicas da história, a firme posição de “grande potência intocável”, forte e inabalável desde o início dos anos 40. Com o ataque terrorista ocorrido no dia onze de setembro de 2001, uma “oportunidade” inusitada surgiria para a reaparição do velho herói – e sua imagem - diante de uma população perplexa e, no limite, em pânico. O herói chora pelo seu povo, erguendo-se acima das torres destruídas pelo terrorismo islâmico; novo inimigo dos EUA, do sistema

que encarna mais do que nunca o ideal de civilização, liberdade e justiça.

Cartazes foram espalhados em New York, mostrando o Capitão América chorando pelo ataque terrorista, sem texto algum, mas numa imagem impactante que dispensava maiores considerações ao povo (inocente) que vivera tal acontecimento. Aqui, o Capitão América aparece subitamente “oportuno” ainda que deslocado de sua verdadeira origem (o herói inabalável das histórias em quadrinhos) incorporando uma espécie diferenciada de “ativismo” politicamente correto (solidariedade a dor e ao clamor de justiça, acima das ações heróicas), questionando a morte de inocentes, fazendo o herói voltar a estar do lado de seu povo. De qualquer forma, a situação desencadeia, potencialmente, uma gama de “novas” tarefas ligadas à gênese de sua criação: o herói poderá ser visto em páginas inéditas de “revistas”, lutando contra vilões árabes, terroristas muçulmanos, dentre outros.

Através da imagem de um Capitão América menos “puritano” e mais “humano” as pessoas acabaram por se manter presas ao velho sistema de “liberdade de expressão”, comandada pela Indústria Cultural, eventualmente reavivando o espírito dos incorruptíveis membros dos “Sentinelas da Liberdade”, clube datado historicamente, mas cuja lógica sobrevive e integra a todos em um sistema vigente até a contemporaneidade. Visto durante longos períodos como uma mera peça da indústria dos quadrinhos, o Capitão América mobilizou seus aliados a confrontar o “terrorismo”, criando novos vilões que personificam o puro mal. Amparado por essa massa que possui a “consciência” de estar do lado do “bem”, o herói segue sua sina de eterna batalha pela liberdade. Adorno resume a posição da Indústria Cultural diante de oscilações da grande massa:

A liberação prometida pela diversão é a libertação do pensamento como negação. O descaramento da pergunta retórica: “Mas o que é que as pessoas querem?” consiste em dirigir-se às pessoas como sujeitos pensante, quando sua missão específica é desacostumá-las da subjetividade. Mesmo quando o público se rebela contra a Indústria Cultural essa rebelião é o resultado lógico do desamparo para o qual

ela própria o educou. (Adorno; Horkheimer, 1985, p.135).

A imagem significativa do Capitão América chorando diante as torres gêmeas do World Trade Center, demonstra a preocupação do país frente à destruição cinematográfica do maior centro de negócios mundialmente reconhecido (e da competência dos organismos de segurança nacionais). Como que reagindo ao ataque no coração do Capitalismo ocidental, o herói chora pela existência de “não integrados” que querem, usando da força e de estratégias vis e covardes, destruir este “perfeito” sistema econômico.

Em comparação com a capa da primeira edição do Capitão América nos eufóricos anos 40 - a imagem do herói atingindo diretamente o fundador do partido e do regime nazista, o Führer em pessoa -, a imagem do Capitão chorando diante do desastre parece evocar uma brutal reversão histórica. Pois nela, o derrotado, atingido em seu símbolo mais fiel ao espírito da época (no qual a política aparentemente desaparece sob os flashes do poder econômico e financeiro), até então sólida e impenetrável, é a potência dos EUA, seu militarismo arrogante e seu sistema capitalista.

Quando uma catástrofe de tal magnitude resgata a necessidade do ressurgimento de verdadeiros heróis, o Capitão América se apresenta rapidamente. Os meios de comunicação, dentre eles as HQ's, “(...) têm que se apressar em dar razão aos verdadeiros donos do poder, para que sua esfera na sociedade de massas (...) não seja submetida a uma série de expurgos” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.115). Sabe-se do poder da Indústria Cultural, mas como lembrou Adorno, trata-se de um poder relativo, pois esta indústria é submetida à pressão dos detentores do capital. Não há autonomia na trajetória desta indústria de manipulação de consciências, emoções e sentimentos, em relação de total dependência com os “(...) setores mais poderosos da indústria: aço, petróleo, eletricidade, química. Comparados a esses, os monopólios culturais são fracos e dependentes” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.115).

Respondendo ao capital, o Capitão América não hesitará em transpor barreiras para atingir o objetivo e difundir as

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

ideologias e os discursos edificantes (atrelados ao poder econômico) norte-americanos para o mundo inteiro, reafirmando assim suas muito particulares noções dos ideais de “liberdade”, “justiça” e “patriotismo”. Uma civilização forjada sob o império de uma razão esclarecida, caminha assim, obstinada e cegamente, para a realização – capitaneada pela Indústria Cultural – do “esclarecimento como mistificação de massas”.

Frente a eterna dependência gerada pelo poder econômico vigente, impera o sentimento de desamparo diante da tão buscada independência do indivíduo, que como o próprio “esclarecimento”, tornou-se um mito. Fugir a tal dominação se frustra em vãs tentativas sem resultados positivos. A eterna submissão leva a integração: mesmo que resistente, o indivíduo cede como que sob tortura; perdendo a capacidade de criticar, questionar e racionalizar, tornando-se membro da Indústria Cultural.

Tal consciência – nos lembra Adorno - não é buscada para que haja a aceitação do inevitável, mas sim, para a devida compreensão do caminho que a humanidade optou em tomar. Se a sociedade se depara com a perda total da esperança de algo melhor possa vir de um mundo integrado e dominado pelo capital, cabe ao indivíduo fazer a sua parte na necessária resistência a instrumentalização da racionalidade. Cabe, assim, a cada um, por si, tentar preservar algum resto de liberdade interior (subjetividade) e autonomia de consciência.

Como fechamento desta análise e por consequência, deste trabalho, é oportuno deixar o leitor munido da visão que Theodor Adorno tinha diante de tal realidade, um tanto fatalista, mas realista:

O princípio impõe que todas as necessidades lhe sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela Indústria Cultural, mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objeto da Indústria Cultural. Não somente ela lhe faz crer que o logro que ela oferece seria a satisfação, mas dá a entender além disso que ela teria, seja como for, de se arranjar com o que lhe é oferecido. A fuga do cotidiano, que a

Indústria Cultural promete em todos os seus ramos, se passa do mesmo modo que o raptado da moça numa folha humorística norte-americana: é o próprio pai que está segurando a escada no escuro. A Indústria Cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano. (Adorno; Horkheimer, 1985, 133).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS: “ADORNO ENCONTRA O CAPITÃO AMÉRICA”:

O término da Segunda Guerra Mundial constitui um marco na história do século XX e da era moderna. Os EUA se auto-coroaram “heróis” deste confronto: o país da “liberdade” impera, a partir de agora, como potência hegemônica planetária e a “perfeição” de seu sistema econômico deve passar a reger o novo estilo de vida padronizado do mundo contemporâneo. Nesse contexto histórico inscreve-se a história de um brilhante intelectual judeu, que é perseguido de forma humilhante em seu país e foge para o novo mundo, no qual irá se confrontar com um jovial, forte e poderoso herói, um alienado e alienante personagem de quadrinhos, a representação fiel de um sistema e de uma indústria vitoriosas, enquanto a civilização e seus valores – incluindo sua arrogante razão – se transformam em ruínas.

Theodor Adorno, filósofo que fugira de um país onde a opressão intelectual era claramente assumida, se depara – no exílio – com uma opressão mascarada pela liberdade capitalista. Sendo um cidadão alemão caçado pelo partido nazista devido a sua “raça” (“parasitária” e condenada à destruição), por seu “intelectualismo judeu”, por seu pensamento crítico, o filósofo frankfurtiano deverá assistir a “salvação” do mundo, capitaneada por uma nação “democrática” e “livre”, mas igualmente poderosa, e capaz de usar da propaganda e da retórica política com a mesma violência já demonstrada pelos organismos de Hitler e Goebbels. Trata-se de um país que reserva para si uma imagem positiva, que se pretende como modelo de perfeição; trata-se, entretanto, de um sistema integrador e no limite, totalitário, de um povo alimentado por uma “cultura” inculta. É a mais clara representação da decadência de um iluminismo que, como na civilizada Alemanha, agonizaria até perecer totalmente.

Num contexto de decadência dos ideais e utopias iluministas (ou Esclarecidas) e da integração total dos homens ao sistema capitalista, manipulados pela Indústria Cultural, com seu próprio consentimento, Adorno vive a paradoxal experiência de defrontar-se com seu pior inimigo: o “herói” que viria ao seu resgate, o Capitão América. Vestindo a bandeira de sua pátria mãe, transpirando a aura de um dito american way of life, o Capitão América sintetizaria a soberania dos EUA diante dos fracos, fossem aqueles vencidos pelo enfrentamento bélico na aventura totalitária, fossem as vítimas de uma esmagadora alienação cultural e intelectual no solo dos vitoriosos. Adorno, ao refugiar-se nos Estados Unidos da América, aceita, constrangido, a mão estendida do herói que o “resgataria” dos algozes, poupando-lhe da morte inevitável na Alemanha. Uma mão, entretanto, que não hesitaria, se assim pudesse, em asfixiá-lo, matando-o lentamente, sufocando sua capacidade crítica e indicando-lhe o caminho da inevitável – e esperada – integração ao sistema.

As críticas feitas por Theodor Adorno, em 1947, à Indústria Cultural e ao estilo de vida capitalista se tornaram atemporais, pois suas reflexões sobre a manipulação das massas, a alienação intelectual, a incapacidade do exercício da crítica, entre outros constrangimentos à liberdade e à autonomia do homem, seriam comprovadas repetitivamente no cotidiano moderno. A vida mecanizada, o entretenimento alienador, o consumo desenfreado, tudo representa uma “liberdade”, que leva a sociedade a viver em um eterno ciclo de trabalho integrado com perfeição maquinal a um lazer planejado, movendo assim, as rodas de um Capitalismo onipotente. Um sistema quase intocável, com seu exército de voluntários que, ao manter-se na cômoda posição de “integrados”, caminham decididos rumo a um progresso cada vez mais instrumental e menos humano.

O mundo ainda verá por diversas vezes o Capitão América se reerguer e estender a mão aos fracos, como que por encarnar novamente a mística do herói que trará a liberdade, a paz e a justiça, pregada por sua pátria; integrando assim, novos membros aos “sentinelas da liberdade” que, por sua vez, continuarão marchando e seguindo as normas de seu império, o

Capitalismo. Sendo esta premissa tão verdadeira, a Indústria Cultural antecipadamente prevê os atos heróicos do Capitão América em um futuro próximo (ver figura 08), representando o eterno reinado da hegemonia deste país além de reiterar os seus ideais maiores de liberdade e justiça. Este herói, saído de uma das mais típicas manifestações da Indústria Cultural, as histórias em quadrinhos, para apoiar a mobilização eufórica dos EUA na II Grande Guerra, torna-se, atemporal em seu combate. Ele nunca envelhece e se fará sempre presente quando necessário, sendo um digno merecedor do nome que ostenta: Capitão América.

(figura 08)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. Palavras e sinais: modelos críticos 2. Petrópolis: Vozes. 1995. 259 p. Tradução: Maria Helena Ruschel.

ADORNO, Theodor W. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra. 2002. 119p. Seleção de textos: Jorge M. B. de Almeida.

ADORNO, Theodor W., e HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1985. 254p. Tradução: Guido Antonio de Almeida.

ARANHA, Maria Lúcia, e MARTINS, Maria Helena. Filosofando: introdução à filosofia. 2ed. São Paulo: Moderna. 1993. 395p. Ilustrado.

ARANTES, Paulo Eduardo. Os pensadores: Adorno. São Paulo: Nova Cultura. 1996. 191p.

Sangue, suor e lágrimas. “O Capitão América e a Indústria Cultural segundo Theodor Adorno”

COSTA, Luís César, e MELLO, Leonel Itaussu. História moderna e contemporânea. 6ed. São Paulo: Scipione. 1990. 352p. Ilustrado.

DORFMAN, Ariel, e MATTELART, Armand. Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo. 5ed. São Paulo: Paz e Terra. 1976. 135p. Ilustrado. Tradução: Álvaro de Moya.

DUARTE, Rodrigo. Adorno/Horkheimer & a dialética do esclarecimento. 1ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2002. 68p.

JIMENEZ, Marc. Para ler Adorno. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves S.A. 1977. 215p.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. São Paulo: EDUSC. 2001. 452p.

LIMA, Manolita Correia. Monografia: a engenharia da produção acadêmica. São Paulo: Saraiva. 2004. 210p. Ilustrado.

MATTELART, Armand, e MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. 2ed. São Paulo: Edições Loyola. 1999. 220p. Tradução: Luiz Paulo Rouanet.

MOTA, Carlos Guilherme. História moderna e contemporânea. 1ed. São Paulo: Moderna. 1987. 497p. Ilustrado.

MOYA, Álvaro de. SHAZAM!. 3. ed. São Paulo: Perspectiva. 1977. 343p. Ilustrado.

PILETTI, Nelson, e PILETTI, Claudino. História & Vida. 2ed. São Paulo: Ática. 1989. 144p. Ilustrado.

RÜDIGER, Francisco. Introdução à teoria da comunicação. 1ed. São Paulo: Edicon, 1998. 116p.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. 5ed. Lisboa: Presença, 1999. 271p. Tradução: Jorge Vilar Figueiredo.

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia; Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS. – N°1 (Set. 1994) – Porto Alegre: EDIPUCRS. 1994 – Semestral.

Revista Capitão América. – N°200 (Dez. 1996) – São Paulo: Abril Jovem, 1996 – Mensal.

Revista Origem dos super-heróis marvel. – N°1 (Ago. 1994) – São Paulo: Abril Jovem, 1994 – Mensal.

Revista Terra X. – N°1 (Set. 2001) – São Paulo: Mythos, 2001 – Quinzenal.

Revista Terra X. – N°2 (Out. 2001) – São Paulo: Mythos, 2001 – Quinzenal.

Revista Terra X. – N°3 (Out. 2001) – São Paulo: Mythos, 2001 – Quinzenal.

Revista Terra X. – N°4 (Nov. 2001) – São Paulo: Mythos, 2001 – Quinzenal.

ENDEREÇOS ELETRÔNICOS

http://hq.cosmo.com.br/textos/educacaotese s/teses_e_hqipoteses5.shtm (visitado em 21/02/2004)

http://www.centraldequadrinhos.com/V4/Por %20dentro/Personagens/capitao_america.htm (visitado em 18/02/2004)

http://www.novaeconomia.inf.br/rodrigo_gur gel/adorno.htm (visitado em 19/05/2004)