



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**  
Faculdade de Informação e Comunicação  
Bacharelado de Relações Públicas

Clare Laurelin Nunes Neumann

**PROPAGANDA IDEOLÓGICA EM QUADRINHOS NA II GUERRA MUNDIAL: UMA  
ANÁLISE PELA HERMENÊUTICA DE PROFUNDIDADE**

Goiânia  
2018

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR  
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE  
GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC nº 1204/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

**1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG):**

Nome completo do autor: Clare Laurelin Nunes Neumann

Título do trabalho: Propaganda Ideológica Em Quadrinhos Na II Guerra Mundial: Uma Análise Pela Hermenêutica De Profundidade

**2. Informações de acesso ao documento:**

Concorda com a liberação total do documento  SIM  NÃO<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do TCCG.

Clare Laurelin Nunes Neumann  
(Nome completo do autor)<sup>2</sup>

Ciente e de acordo:

Rubem Bgs T. Ramos  
(Nome completo do orientador)<sup>2</sup>

Data: 13 / 12 / 2018

<sup>1</sup> Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

<sup>2</sup> As assinaturas devem ser originais sendo assinadas no próprio documento, imagens coladas não serão aceitas.

Clare Laurelin Nunes Neumann

**Propaganda Ideológica em Quadrinhos na II Guerra Mundial: Uma Análise Pela  
Hermenêutica de Profundidade**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito para obtenção do grau de bacharel  
em Relações Públicas à Faculdade de Informação  
e Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

**Orientador:** Prof. Dr. Rubem Borges Teixeira Ramos

Goiânia  
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Nunes Neumann, Clare Laurelin  
Propaganda Ideológica Em Quadrinhos Na II Guerra Mundial  
[manuscrito] : Uma Análise Pela Hermenêutica De Profundidade /  
Clare Laurelin Nunes Neumann. - 2018.  
61 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Rubem Borges Teixeira Ramos .  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade  
Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC),  
Comunicação Social: Relações Públicas, Goiânia, 2018.

Bibliografia.

Inclui siglas, tabelas, lista de figuras.

1. Quadrinhos. 2. Segunda Guerra Mundial . 3. Propaganda  
Ideológica . 4. Relações Públicas . I. Teixeira Ramos , Rubem Borges ,  
orient. II. Título.

CDU 659.4

CLARE LAURELIN NUNES NEUMANN

**PROPAGANDA IDEOLÓGICA EM QUADRINHOS NA II GUERRA MUNDIAL:  
UMA ANÁLISE PELA HERMENÊUTICA DE PROFUNDIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de Grau de Bacharel em Relações Públicas à Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, sob a orientação do professor Dr. Rubem Borges Teixeira Ramos.

Aprovado em 07/12 / 2018



Prof. Dr. Rubem Borges Teixeira Ramos  
Faculdade de Informação e Comunicação/Universidade Federal de Goiás  
Presidente \*ORIENTADOR\*



Prof. Dr. Daniel Christino  
Faculdade de Informação e Comunicação/Universidade Federal de Goiás  
Avaliador

Dedico este trabalho ao meu avô Pedro  
Nunes, que sempre me incentivou a  
estudar história e continuar lendo.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus e à minha família por ter tido a paciência que teve comigo nesta longa jornada até o diploma e me apoiou durante todas as dificuldades que tive durante esse período de graduação.

Agradeço aos meus professores que me ajudaram e contribuíram para que eu tivesse o melhor aprendizado; em especial meu professor orientador, que acreditou em mim e me deu a chance de pesquisar sobre um tema tão inusitado.

Agradeço à instituição por ter me dado a chance e as ferramentas que me permitiram continuar estudando e explorando esta incrível viagem que é a busca pelo conhecimento.

*“Não importa o que a imprensa diz. Não importa o que os políticos ou as multidões dizem. Não importa se o país inteiro decide que algo errado é algo certo.*

*Esta nação foi fundada sobre um princípio acima de tudo: A exigência de que defendamos aquilo em que acreditamos, não importando as chances ou as consequências. Quando o povo, a imprensa ou o mundo inteiro disser para você sair de onde está, o seu dever é se plantar como uma árvore à beira do rio da verdade e dizer para o mundo inteiro: Não. Saiam **vocês**.” (Amazing Spider-Man nº 537, 2007)*

## RESUMO

Durante a Segunda Guerra Mundial os aliados fizeram uso da propaganda ideológica por meio de quadrinhos vendidos em bancas de jornal. Assim, foi observado que características desta propaganda iam ao encontro da definição de Relações Públicas governamentais. Definiu-se então realizar uma pesquisa bibliográfica para se analisar melhor as mensagens contidas nas histórias em quadrinhos criadas na época estudada, seguindo a técnica da hermenêutica de profundidade. Espera-se verificar se os quadrinhos analisados podem ou não ser considerados como uma campanha de Relações Públicas governamentais.

**Palavras-chave:** Quadrinhos, Segunda Guerra Mundial, Propaganda Ideológica, Relações Públicas.

## **ABSTRACT**

During World War II the Allies made use of ideological propaganda by means of comic books sold in newspaper stands. Thus, it was observed that the characteristics of this propaganda met with the definition of governmental Public Relations. It was then decided to carry out a bibliographical research to better analyze the messages contained in the comic books made during the time studied, following the technique of depth hermeneutics. It is hoped to see if the comic books analyzed may or may not be considered as a governmental public relations campaign.

**Keywords:** Comic books, propaganda, World War Two, Public Relations.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – World’s Finest Comics n.º 8, 1942 .....	38
Figura 2 – Captain America n.º 23, fevereiro 1943 .....	38
Figura 3 – Captain America n.º 1, março 1941 .....	39
Figura 4 – Action Comics n.º 59, abril 1943 .....	39
Figura 5 – World’s Finest Comics n.º 9 .....	39
Figura 6 – Superman n.º 18, setembro 1942 .....	39
Figura 7 – Action Comics n.º 58, março 1943 .....	40
Figura 8 – Batman n.º 17, junho 1943 .....	40
Figura 9 – Sensation Comics n.º 13, janeiro 1943 .....	40
Figura 10 – Superman n.º 24, setembro-outubro 1943 .....	40

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EUA.....Estados Unidos

RP.....Relações Públicas

ABRP.....Associação Brasileira de Relações Públicas

HQ's.....Histórias em Quadrinhos

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	21
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	35
<b>4. RESULTADOS</b> .....	40
4.1. MODOS DE OPERAÇÃO DA IDEOLOGIA IDENTIFICADOS NOS QUADRINHOS ANALISADOS.....	43
4.2. ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA .....	44
4.3. ANÁLISE FORMAL/DISCURSIVA.....	47
4.4. INTERPRETAÇÃO/REINTERPRETAÇÃO .....	48
<b>5. DISCUSSÃO</b> .....	53
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	55
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	58

## 1. INTRODUÇÃO

Durante os anos de 1939 a 1945 ocorreu na Europa um dos mais importantes conflitos militares do século XX: a Segunda Guerra Mundial. Tratou-se de um conflito entre dois polos formados por potências mundiais: a Alemanha, Itália e Japão, constituindo o chamado eixo nazista, e os Estados Unidos da América, Inglaterra e a antiga União Soviética, compondo os Aliados.

Houveram vários fatores que contribuíram para a eclosão desta guerra, como a situação da população alemã após as sanções do Tratado de Versalhes e o desemprego em massa<sup>1</sup>. Mas o motivo principal para a mesma foi o constante avanço e invasão da Alemanha em territórios de outros países europeus. A Alemanha estava sendo comandada pelo líder do partido nazista, Adolf Hitler, que havia implantado no país um regime totalitário e ditatorial. Este regime seguia uma ideologia antissemita, caracterizado por ideais racistas e de ultranacionalismo alemão, que acabou causando a morte de seis milhões de judeus pelo Holocausto.

Quando os Estados Unidos se juntaram aos aliados depois do ataque à base de Pearl Harbor, a opinião pública americana não se mobilizou imediatamente, por falta de conhecimento por parte dos americanos do que estava acontecendo na Europa (BERINSKY, 2007). Mas dois quadrinistas judeus fizeram uso de seus próprios quadrinhos para reforçar a propaganda que serviria para encorajar um sentimento de patriotismo nos leitores de suas revistas: Jerry Siegel e Joe Shuster. Eles criaram em 1938 o personagem Super-Homem para a revista *Action Comics #1*, lançada pela então *National Comics*, atual *DC Comics* (SHEPPARD, 2014, p. 11).

Já em 1941, Joe Simon e Jack Kirby receberam as notícias do que estava acontecendo na Alemanha, em particular como os judeus estavam sendo mortos pelo próprio governo alemão, eles decidiram criar o personagem de quadrinhos Capitão América (SHEPPARD, 2014. P. 9) e o mostrar em sua primeira revista socando Hitler, apresentando assim ao país uma forma poderosa de propaganda ideológica.

Visando expor e analisar a propaganda ideológica, é interessante expor as bases do conceito de ideologia. De acordo com Bakhtin,

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao

---

<sup>1</sup> ECOS DA SEGUNDA GUERRA. Causas da Segunda Guerra Mundial – Principais Pontos. Disponível em < <http://segundaguerra.net/causas-da-segunda-guerra-mundial>>. Acesso em: 14 de mai. 2018.

contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo o que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. [...]. A existência do signo nada mais é do que a materialização de uma comunicação. É nisso que consiste a natureza de todos os signos ideológicos. (BAKHTIN, 1997, p. 31-36)

Já para Gomes, ideologia é:

[...] o conjunto de ideias que exerce influência sobre grupos sociais e legitima formas de ação. Nessa definição, a ideologia visa convencer para ganhar adeptos a doutrinas políticas, econômicas, filosóficas, religiosas, morais, inspirando governos e partidos. (GOMES, 2012, p. 3).

Os dois conceitos conseguem expor o modo como produtos culturais podem ser canais para a propaganda ideológica. Ao conter uma mensagem que reflete acontecimentos do mundo real e tentar influenciar as ações dos seus públicos de certa maneira, os quadrinhos conseguiram passar uma propaganda ideológica ao seu público-alvo. Deste modo, é fácil perceber como os quadrinhos foram tão bem-sucedidos para esse fim durante o período de guerra. As mensagens propagandísticas eram mais bem aceitas por seu público-alvo quando refletiam o que realmente acontecia naquele momento e que a atitude mais louvável a se espelhar era a que ressaltava valores em consonância com o que era defendido pelas forças aliadas neste período. Assim, a propaganda ideológica realizava o objetivo de inspirar os leitores dos quadrinhos.

Porém, principalmente após o ataque à base de Pearl Harbor, surgiram diversas tirinhas e quadrinhos que surgiram também como propaganda que difamava os japoneses, já que para os americanos estes eram aparentemente os seus inimigos principais. Muitas destas tirinhas mostravam personagens japoneses de um modo caricaturado ao máximo, a ponto de mostrá-los como algo próximo de monstros.

Durante os anos após a guerra, alguns pensadores brasileiros se propuseram a estudar a relação que os quadrinhos tiveram com a propaganda ideológica realizada pelos países aliados. Atualmente, autores como SCOTT (2007), CAMPOS FILHO (2009), SHEPPARD (2014), e DEVERELL (2013), realizaram pesquisas que cobriam total ou parcialmente a relação entre quadrinhos e propaganda durante a segunda guerra. Seus trabalhos foram análises e estudos que envolveram os vários modos como quadrinhos e a Segunda Guerra Mundial se relacionaram durante o período.

Scott escreveu o seguinte sobre os objetivos da propaganda presente nos quadrinhos:

Os quadrinhos, como outras mídias populares, agora tentavam mobilizar a população para apoiar as tropas, conduzir campanhas de reciclagem e bônus de guerra e para odiar o inimigo, em geral. Os quadrinhos tinham vários objetivos de propaganda: unir as pessoas por trás do esforço de guerra; encorajar a vigilância contra espíões inimigos; refutar a propaganda do Eixo; retratar o inimigo como imoral, brutal e - - especialmente os japoneses - sub-humanos; e, finalmente, assegurar a população que os Aliados estavam lutando por uma causa justa.<sup>2</sup> (SCOTT, 2007. p. 57) (tradução nossa)

Deste modo, o autor deixa claro que o uso da propaganda ideológica neste meio permitiu que o público leitor dos quadrinhos ficasse mais informado sobre o inimigo (no caso, os países do eixo) e inspirado a apoiar a entrada dos EUA na guerra.

Campos Filho também acredita que histórias em quadrinhos podem servir como veículo de propaganda, mas não o são obrigatoriamente:

[...] as histórias em quadrinhos são veículos potencialmente, mas não necessariamente ideológicos, que mediante as necessidades que se apresentam eles são muitas vezes utilizados por seu país de criação como forma de propaganda de sua ideologia. (CAMPOS FILHO, 2009. p. 21)

Sheppard acredita que personagens como o Super-Homem ajudaram o público leitor de quadrinhos a ter algo que os pudesse inspirar naquele momento de conflito, principalmente devido ao traço de incorruptibilidade atribuído a índole e ao caráter de heróis característicos da Era de Ouro dos quadrinhos. Ela escreve:

Super-Homem, ao contrário de políticos e banqueiros de Wall Street, era incorruptível; ele era uma força indomável de bondade e moralidade desvinculada pelos limites da lei. O Super-Homem criado por Siegel e Shuster atuou como um comentário político sobre a América contemporânea, uma tendência que continuaria até mesmo através dos super-heróis dos quadrinhos modernos.<sup>3</sup> (SHEPPARD, 2014. p. 4) (tradução nossa)

Em outra análise, Deverell abordou personagens de histórias em quadrinhos da Era de Ouro, procurando demonstrar características existentes na relação entre leitor e leitura das aventuras desses heróis. Uma de suas conclusões foi a de que personagens como Super-Homem e Capitão América serviram também como forma de abstração e de escapismo para os soldados no front de batalha e para o público

---

<sup>2</sup> “Comics, like other popular media, now attempted to rally the populace to support the troops, conduct recycling and war bond drives, and to hate the enemy, generally. The comics had several propaganda goals: to unite people behind the war effort; to encourage vigilance against enemy spies; to rebut Axis propaganda; to portray the enemy as immoral, brutal and—especially the Japanese—sub-human; and, finally, to assure the population that the Allies were fighting for a just cause”

<sup>3</sup> “Superman, unlike politicians and Wall Street bankers, was incorruptible; he was an indomitable force of goodness and morality unbound by the confines of the law. The Superman created by Siegel and Shuster acted as a political commentary on contemporary America, a trend that would continue even through modern day comic book superheroes”.

que não pôde participar ativamente do conflito ao representa-los nas páginas de suas histórias. Ele escreveu:

As várias séries de quadrinhos do Super-Homem ofereceram tanto aos soldados quanto aos que estavam nos fronts de batalha uma fuga do foco constante na guerra. O Capitão América, por outro lado, começou como uma resposta à guerra e, devido à sua relativa falta de poderes, a Timely Comics poderia retratar o Sentinela da Liberdade ativamente engajado em combate sem as histórias desonrarem o sacrifício de soldados reais. Além disso, a identidade do alter-ego do Capitão América, Steve Rogers, ele próprio um soldado, ofereceu uma forma de realização de desejos para os soldados na forma de um personagem com quem eles poderiam facilmente se relacionar. Super-Homem e seu alter-ego Clark Kent, por sua vez, representavam o civil médio no front doméstico que, apesar de não servir nas forças armadas, fez o que pôde para ajudar no esforço de guerra.<sup>4</sup> (DEVERELL, 2013. p. 22) (tradução nossa)

Por interesse do público, o assunto foi pesquisado principalmente nos EUA até o presente momento, e quase não foi explorado no Brasil. O interesse maior dos norte-americanos pode ser pelo fato do país ter sido diretamente atacado durante a guerra pelos japoneses, ao passo que o Brasil não sofreu tantas perdas quanto os outros países e por isso não tem tantos interessados. O Brasil não foi o público-alvo desta campanha de propaganda ideológica, portanto a mensagem dos quadrinhos era voltada para públicos bastante específicos: crianças que liam quadrinhos e poderiam servir no esforço de guerra, adultos e adolescentes em idade de alistamento militar que poderiam se inspirar pelos quadrinhos, homens que já estavam combatendo na guerra, e mulheres que poderiam servir no esforço de guerra. Ao receber a propaganda incutida nos quadrinhos, este público se sentia inspirado a fazer mais pelo seu país e assim se aproximar um pouco dos heróis que estrelavam as suas histórias preferidas nos quadrinhos. Deste modo, o exército norte americano conseguia novos recrutas e um esforço civil de guerra mais interessado na causa. Os quadrinhos também ajudaram ao divulgar em edições dos heróis mais populares, Super-Homem e Capitão América, os bônus de guerra que serviam para ajudar a pagar os custos resultantes da guerra.

---

<sup>4</sup> “Superman’s various comic series offered both soldiers and those on the homefront an escape from the ever-present focus on the war. Captain America, on the other hand, began as a response to the war and, due to his relative lack of powers, Timely Comics could portray the Sentinel of Liberty actively engaging in combat without the stories dishonoring the sacrifice of actual soldiers. Further, Captain America’s alter-ego identity of Steve Rogers, himself a soldier, offered a form of wish fulfillment for soldiers in the form of a character with whom they could easily relate. Superman and his alter-ego Clark Kent, meanwhile, represented the average civilian on the homefront who, despite not serving in the military, did what they could to aid in the war effort”

Esta relação que o governo norte-americano teve com este público em especial e o modo como ele utilizou o meio da propaganda ideológica a fim de conseguir que uma parte maior da população apoiasse a participação do país na guerra foi um modo de gerir os relacionamentos com um público segmentado que já foi citado. Deste modo, acredita-se que esta campanha de inspirar patriotismo nos públicos por meio das histórias em quadrinhos naquela época pode ser considerada como uma campanha de relações públicas (governamentais), já que o objetivo beneficiava a população em geral e dependia de um bom relacionamento com este público que iria participar do esforço de guerra ou ir lutar pelo seu país.

Após o término da segunda guerra, os quadrinhos continuaram a ser utilizados como ferramentas de propaganda ideológica, principalmente durante a chamada Era de Prata dos quadrinhos. Na Era de Ouro, que engloba desde o período pré-Segunda Guerra Mundial até meados da década de 1950 (1938 – 1955), os heróis exibiam muitas vezes traços ufanistas e exageradamente dualistas. Já na Era de Prata, que se iniciou em meados da década de 1950 e terminou em meados da década de 1970 (1956 – 1975), o mote principal das histórias da Marvel (que antes era *Timely*) e DC Comics (que antes era a *National*) era a Guerra Fria e a dita ameaça comunista. Durante a década de 1950, o maior inimigo dos EUA foi o comunismo, e as editoras de quadrinhos de super-heróis chegaram a criar novos personagens que tiveram sua origem de algum modo ligada a propaganda anticomunista daquele país, como foi o caso do Homem de Ferro. Ao longo das décadas seguintes, as editoras continuaram a refletir sobre acontecimentos e eventos ocorridos junto à sociedade norte-americana através de suas histórias em quadrinhos, como foi o caso dos heróis da Marvel participando do resgate as vítimas do atentado às torres gêmeas no 11 de Setembro, o arco dos quadrinhos denominado Guerra Civil, como resposta a instauração do Ato Patriótico pela administração George W. Bush, e também a posse de Barack Obama como presidente daquele país. À medida que o tempo passava, os conflitos e os acontecimentos também mudavam, junto com as opiniões da sociedade americana concomitante a essas épocas. No entanto, grande parte destes personagens e histórias demonstrou um caráter mais crítico do que apoiador ao governo. Estas histórias atualmente servem também como um modo dos leitores perceberem os acontecimentos ao seu redor a partir de uma ótica diferente, que no caso são os quadrinhos.

Como os quadrinhos demonstram também a característica de mostrar em suas histórias uma reação ao que acontece na realidade, foi possível que as mensagens de propaganda ideológica aparecessem neles. Garcia (1982) fala o seguinte sobre propaganda ideológica:

[...] processo pelo qual um grupo promove a difusão sistemática dos componentes de uma ideologia, através de mensagens adequadas aos interesses e às condições dos receptores, visando obter ou reforçar sua adesão. (GARCIA, 1982, p. 16)

As mensagens contidas nas histórias em quadrinhos eram então adequadas ao público, por terem demonstrado cenas que faziam alusão, de forma muitas vezes explícita, ao conflito que acontecia. No caso da propaganda durante a Segunda Guerra Mundial, estas mesmas mensagens serviram também como uma ação de Relações Públicas, na medida em que informavam o público sobre o que ele podia fazer para se manter seguro e também para ajudar seu país. Assim, o que ligava estes elementos era a informação que precisava ser comunicada ao povo americano para que ele apoiasse as ações do governo.

O presente trabalho analisa as histórias em quadrinhos publicadas durante os anos de 1938 a 1945, que traziam mensagens implícitas e explícitas de propaganda ideológica para o público-alvo que poderia ajudar os EUA durante a guerra. Terá então como objetivo geral estudar melhor a referida propaganda ideológica em quadrinhos da Era de Ouro e compreender melhor como esta propaganda surtiu efeito junto a seus públicos durante o período estudado. As mensagens desta propaganda eram voltadas principalmente para o público masculino que podia se alistar no exército e assim ir lutar com as tropas na guerra, mas também continha mensagens patrióticas para o público infantil, feminino e para os soldados que já estavam guerreando na Europa. Com esta análise, espera-se poder demonstrar como as Relações Públicas no início do século XX eram adaptáveis, e possíveis de serem usadas para atingir os mais variados públicos em prol do bem maior em até um cenário tão terrível como a Segunda Guerra Mundial foi para todos os envolvidos. Considerando isso, os objetivos específicos do trabalho são os seguintes:

- Analisar os quadrinhos usando a metodologia proposta por Thompson (2011);
- Comprovar que a propaganda ideológica estava presente também nos quadrinhos de super-heróis da Era de Ouro;

- Verificar se os quadrinhos analisados podem ser considerados também como uma forma de campanha de Relações Públicas governamentais.

Assim sendo, a estrutura do trabalho se dará da seguinte forma: A introdução fornece um panorama de como se encontrava a situação na Europa um pouco antes da guerra, e como os EUA entraram no conflito. Explica também como e porque os personagens de quadrinhos norte-americanos passaram a ter características mais patrióticas, abordando alguns conceitos iniciais para o estudo, como o de ideologia segundo Bakhtin e Gomes e como estes conceitos conseguem explicar a propaganda ideológica estudada.

Também aborda outros pesquisadores com linhas de pesquisa semelhantes, como Scott, Filho, Brewer e Deverell, que também realizaram trabalhos acerca a propaganda ideológica usada em histórias em quadrinhos. Esta parte também cobre o público-alvo da propaganda usada nestas histórias em quadrinhos e explica a relação deste público com o conflito que aconteceu na época estudada. A introdução é finalizada ao mostrar como os quadrinhos continuaram refletindo acontecimentos da sociedade norte-americana em suas histórias e falando brevemente sobre a forma com que o sentimento geral das histórias passou a ter um tom mais crítico.

A revisão de literatura apresenta conceitos-chave que serão importantes ao longo do trabalho, como o conceito de Relações Públicas, as funções e campos de uso das mesmas, e as funções da propaganda em Relações Públicas. Explica então um conceito de propaganda ideológica e mostra como ele pode ser identificado nas histórias analisadas, antes de mostrar também como este mesmo conceito foi identificado em campanhas de propaganda de Relações Públicas feitas no Brasil.

A revisão então apresenta os conceitos de ideologia que mais se aproximam da ideologia propagada no objeto de pesquisa e como estes conceitos conseguem conversar entre si para explicar o objeto pesquisado. Segue-se então demonstrando como e porque os quadrinhos foram usados como o meio para propagar a ideologia da classe dominante e se expõe mais outro conceito de propaganda ideológica. Por último, é apresentado o conceito de ideologia do autor, que também pensou em um método de análise que será usado neste trabalho: a hermenêutica de profundidade. Explicita-se então o método de análise, os modos de operação e estratégias usadas na ideologia propagada nos quadrinhos.

A metodologia demonstra a delimitação do campo de pesquisa de acordo com a definição de Minayo (2014), classificação da pesquisa de acordo com a

conceituação dada por Severino (2007), as etapas de pesquisa segundo Gil (2002) e a técnica de coleta e análise de dados de acordo com Gerhardt e Silveira (2009).

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

Os quadrinhos modernos foram divididos por eras e influenciados de acordo com as mudanças do comportamento e atitudes principalmente da sociedade americana quanto aos acontecimentos históricos, as quais são explicitadas a seguir.

**Era de ouro** (1938-1950): começa com Action Comics #1, publicada pela National Allied Publications e apresentando o Super-Homem. Teve muitos títulos e personagens e terminou no começo dos anos 50. De acordo com Marangoni, Andreotti e Zanolini (2017, p. 104), estava muito ligada a três eventos que aconteceram nos EUA: a depressão de 1929, o New Deal e a Segunda Guerra Mundial. Foi nesta era que heróis como Capitão América, Mulher Maravilha, Batman e Super-Homem foram criados, para inspirar uma visão mais otimista nos leitores destes quadrinhos. Por esta razão, as histórias se concentravam na defesa da justiça, honestidade e verdade: para ajudarem na luta contra a opressão e terror de acontecimentos como a guerra. Heróis que nas suas histórias participaram da guerra defendiam os princípios dos EUA e dos países aliados, de modo a divulgar tais princípios aos seus leitores.

**Era de Prata** (1956-1970): enquanto a era de ouro foi marcada pelo ufanismo profundo, a era de prata foi influenciada pelo sentimento do público durante a Guerra Fria. Por esta razão, os heróis nos quadrinhos mostravam principalmente os princípios ligados à família e à defesa dos EUA em meio à ameaça comunista na Guerra Fria. Os quadrinhos de terror que existiam na época sofreram por causa do *Comics Code*, apesar de terem sido populares entre os jovens. No entanto, na era de prata apareceram vários heróis que lidavam com ciência e tecnologia, como Flash, Homem de Ferro, Hulk e personagens com histórias que se passavam no espaço. Nesta era também que os heróis começaram a formar grupos, como Vingadores, e Quarteto Fantástico, que conseguia definir a era de prata ao mostrar uma família de cientistas que foram ao espaço e ganharam superpoderes.

**Era de Bronze** (1970-1985): esta era foi influenciada pela opinião pública negativa perante à Guerra do Vietnã e o caso Watergate, então as histórias mostradas durante esta era mostravam um sentimento de descontentamento e ceticismo sobre o governo americano. Marangoni, Andreotti e Zanolini (2017, p. 105) dizem que as histórias questionavam o que os heróis faziam pelas minorias naquele cenário pessimista. Foi nesta era que apareceram os heróis Luke Cage, e o Mestre do Kung Fu, além das releituras de personagens como Demolidor e Batman. Estes dois

apareciam agora com um caráter mais sombrio e combativo, lutando principalmente contra a violência urbana. Um herói que assume todas as características desta era é Wolverine, que começou sendo um personagem atípico do gênero nas histórias em quadrinhos.

**Era de Ferro** (1986-1994): esta era não foi muito diferente da que veio anteriormente. Com o fim da Guerra Fria, houve uma diminuição no interesse pela corrida armamentista por parte dos governos. As noções e ideologias das outras eras já tinham sido esquecidas, então os heróis passaram a questionar o motivo de continuarem agindo como heróis para defender aquela sociedade. Marangoni, Andreotti e Zanolini (2017, p. 106) defendem que as séries Watchmen e O Cavaleiro das Trevas responderam ao questionamento da época ao examinar profundamente e revelar os impulsos inconscientes dos heróis. Este tema se repetiu em histórias como X-Men ao evidenciar mais a violência, hipersexualizar personagens, e temas como suicídio, morte, estupro e insanidade. Nesta era as novas técnicas de composição de páginas permitiam que tudo fosse mostrado vividamente nos quadrinhos. Esta tendência de banalização da violência cresceu até as vendas dos quadrinhos diminuírem por causa da falta de interesse do público leitor, que já estava saturado. (Marangoni, Andreotti e Zanolini, 2017, p. 106)

**Renascença** (1994 aos dias atuais): Os quadrinhos desta era contaram com artes e textos mais complexos, tendo artistas como Alex Ross que exploravam possibilidades de narrativas que não haviam sido exploradas nas outras eras. O sentimento mais presente nesta era foi o de nostalgia pelas eras passadas, ao fazer o senso de justiça e virtude moral voltar a ser a força propulsora que move os personagens a praticarem atos de heroísmo.

Neste trabalho, serão analisadas principalmente obras que foram publicadas durante a Era de Ouro, porque não só esta foi a era dos quadrinhos em que a propaganda ideológica foi mais visível e óbvia para o público-alvo, como também porque os quadrinhos criados durante esta era se passaram com maior destaque durante a Segunda Guerra Mundial.

De acordo com Andrade (2001), a ABRP – Associação Brasileira de Relações Públicas, define Relações Públicas como sendo:

[...] o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização, pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente, entendendo-

se por grupos os acionistas, clientes, fornecedores, governo, indústria, escolas, financiadores, etc. (ANDRADE, 2001, p. 41)

Quando as Relações Públicas não são usadas em campos empresariais, elas podem ser usadas em campos mais específicos. De acordo com Pinho (1990), os mais comuns são Relações Públicas Governamentais, Relações Públicas Internacionais, Relações Públicas Educacionais, Relações Públicas em organizações populares e Relações Públicas em Organizações que não visam ao lucro. Para os propósitos deste trabalho, serão contempladas as Relações Públicas Governamentais, já que elas tratam da criação de programas de Relações Públicas entre uma administração e seu público, a população. Pinho (1990, p. 28) diz que esta relação entre governos e seus públicos é de grande importância para que o público apoie as decisões de seu governo e este possa permanecer no poder. Além disso, Andrade diz que o uso de Relações Públicas governamentais é:

[...] como uma atividade para conseguir o apoio público, por meio de ampla divulgação das realizações e planos governamentais e da oportunidade de participação, que proporciona a todos os cidadãos, nos processos e atividades públicas. (ANDRADE, 2001, p. 48-49)

Ainda de acordo com Pinho, o Quadro das Funções Gerais e Específicas de Relações Públicas delimita cinco funções básicas para Relações Públicas: Assessoramento, Pesquisa, Planejamento, Execução (Comunicação) e Avaliação. **Assessoramento** trata da assessoria que o profissional de Relações Públicas efetua junto a empresas e setores para que estas possam ter um bom relacionamento com seus públicos; **Pesquisa**, que permite que a empresa tome conhecimento de como está sua situação com seus públicos variados; **Planejamento**, que permite que se formalize objetivos e métodos para a criação de programas de Relações Públicas e programas de propaganda institucional; **Execução** (comunicação), que cuida da criação de materiais informativo e a execução em si das ações planejadas para o programa de RP; e **Avaliação** cuida do exame dos resultados das ações durante e depois que elas foram implementadas. Este trabalho irá considerar a propaganda ideológica nos quadrinhos como tendo feito parte da função de execução.

Assim, a propaganda em Relações Públicas também pode ter uma gama de funções que ajudam as organizações a promover o relacionamento com seus públicos. Pinho (p. 107) assinala cinco funções: 1) função protetora, 2) função de identidade, 3) função institucional, 4) função de serviço público e 5) função de estímulo à ação.

A função protetora é usada para esclarecer o público e assim ajudar a empresa a evitar impedimentos resultantes de leis e regulações vindas do governo, além de melhoria do relacionamento das empresas ou políticos junto a seus públicos-alvo.

A função de identidade consiste na criação de uma identidade corporativa única, que pode servir, segundo Pinho, para a difusão da personalidade empresarial, reforço para produtos com baixos índices de vendas, lançamento de novos produtos, e construção de reputação para as empresas.

A função institucional é definida por Pinho (1990, p. 124-125) como “toda a propaganda de Relações Públicas que assume como propósito básico promover a aceitação da empresa como instituição pública”. As propagandas podem informar, segundo o autor, a história da empresa, informações sobre fábricas e filiais, políticas empresariais e meios de distribuição, além de informações sobre produtos, capital, e investimentos em novos produtos.

Propaganda com função de serviço público ocorre quando ela serve como uma utilidade pública, como as que informam e esclarecem o público sobre temas de interesse, como saúde pública, acidentes, propagandas de eventos culturais, e quaisquer outros que possam afetar de qualquer maneira o cidadão.

Por último, Pinho (1990, p. 130) define a propaganda com função de estímulo à ação como “um instrumento de mobilização popular, estimulando ou conduzindo a opinião pública, com o propósito de forçar uma mudança concreta nas práticas industriais e comerciais que afetam a empresa e seus públicos”.

A propaganda ideológica utilizada nos quadrinhos estudados vai de acordo com o conceito de propaganda ideológica fornecido por Lasswell (1935, *apud* CHILDS, 1967). De acordo com ele, esta propaganda não se limita à propagação de doutrinas e ideias, mas se expande mais ao método. Ele diz:

Não são bombas, nem pão, mas palavras, ilustrações, canções, paradas e muitos recursos desse tipo os meios típicos para fazer propaganda. Não é o propósito, mas o método, que distingue a propaganda do controle dos homens pela violência, pelo boicote, suborno ou meios semelhantes de controle social. A propaganda baseia-se nos símbolos para chegar a seu fim: a manipulação das atitudes coletivas [...]. (LASSWEL, 1935 *apud* CHILDS, 1967, p. 106)

Assim, o método usado na propaganda estudada vai de encontro com o conceito do autor, pois a mensagem chegou até o seu público via os personagens das revistas e atitudes destes personagens que eram mostradas nas histórias impressas. Tanto o Super-Homem quanto o Capitão América serviram como símbolos dos ideais

norte-americanos e do objetivo para inspirar a população a acreditar na força do cidadão americano, no caso do primeiro, e sugerir uma ideia patriótica e o sentimento de defesa do país, no caso do segundo.

O conceito de Lasswell é um tipo de propaganda que já foi usado em campanhas de Relações Públicas até mesmo no Brasil, quando, como Pinho (1990, p.133) mencionou, o *Jornal da Tarde* lançou a campanha “Diga não ao Leão” com o intuito de fazer a população pressionar o governo para fazê-lo mudar as tarifas do imposto de renda daquele ano. Esta propaganda surtiu os efeitos desejados: depois de trinta dias de receber correspondências pelo correio e de receber os abaixo-assinados que exigiam a diminuição da tarifa, o governo teve que diminuir as tributações. Ao utilizar uma imagem já conhecida pelo público unido à referência dos Trapalhões, programa de TV que fazia sucesso na época, a campanha ganhou mais assimilação dos interessados e assim teve mais impacto no final.

O conceito de ideologia é muito maleável, como foi exemplificado através das várias definições já citadas neste trabalho. Thompson usa dois conceitos que se aproximam mais dos objetivos deste estudo. Primeiro, ele defende uma perspectiva que se aproxima mais de uma ótica marxista, falando que:

A ideologia expressa os interesses da classe dominante no sentido que as ideias que compõem a ideologia são as ideias que, num período histórico particular, articulam as ambições, os interesses e as decisões otimistas dos grupos sociais dominantes, à medida em que eles lutam para garantir e manter sua posição de dominação. (THOMPSON, 2011, p. 54)

Nesta definição, Thompson defende que a ideologia existe de acordo com os interesses da classe dominante da época. Na duração da Segunda Guerra Mundial, os quadrinhos norte-americanos estudados defendiam e promoviam os interesses da classe dominante naquele país, que especificamente durante a guerra tinham um caráter ufanista e otimista quanto ao resultado do conflito. Mas estes mesmos quadrinhos também serviam para defender a posição deste mesmo público dominante no país.

Depois em seu livro, Thompson também demonstra duas definições a serem empregadas junto ao termo ideologia: a neutra e a crítica. Entende-se a primeira da seguinte forma:

As concepções neutras são aquelas que tentam caracterizar fenômenos como ideologia ou ideológicos sem considerá-los, necessariamente, enganadores ou ilusórios, ou de interesse de algum grupo em particular. Ideologia, de acordo com as concepções neutras, é um aspecto da vida social

(ou uma forma de investigação social) entre outros, e não é nem mais nem menos atraente ou problemático que qualquer outro. A ideologia pode estar presente, por exemplo, em qualquer programa político, independentemente de estar ele orientado para a revolução, a restauração ou a reforma, independentemente de desejar a transformação ou a preservação da ordem social. (THOMPSON, 2011, p. 72-73).

No entanto, a compreensão acerca do termo ideologia a ser estudada no presente trabalho tem características que se aproximam tanto da definição que defende os interesses da classe dominante quanto da definição crítica que Thompson fornece:

Concepções críticas são aquelas que possuem um sentido negativo, crítico ou pejorativo. [...] as concepções críticas implicam que o fenômeno caracterizado como ideologia – ou como ideológico – é enganador, ilusório ou parcial; e a própria caracterização de fenômenos como ideologia carrega consigo um criticismo implícito ou a própria condenação destes fenômenos. (THOMPSON, 2011, p.73)

A definição de ideologia fornecida por Thompson pode ser vista a partir da perspectiva crítica que o mesmo autor também dá, de modo que para este trabalho, é possível considerar as duas definições conjuntamente. Para Thompson, a ideologia dominante (no caso, a da classe dominante nos EUA na época, que eram os homens brancos heterossexuais de classe média a alta) quer principalmente defender os interesses desta mesma classe. Portanto, os dois conceitos trabalham juntos quando esta mesma ideologia dominante fez uso da perspectiva crítica que Thompson descreve para expor uma crítica quanto à ideologia nazista. Os quadrinhos foram um dos instrumentos utilizados para expor esta crítica a uma visão de mundo que tinha potencial para ameaçar seriamente os interesses da classe dominante americana da época.

Os conceitos dados pelos outros autores citados se diferem daquele cunhado por Thompson, por serem mais calcados no ramo da comunicação, como é o caso do conceito de Bakhtin (1997), e por terem um aspecto mais político, como acontece no conceito oferecido por Gomes (2012). Enquanto Thompson explora mais o aspecto sociológico da ideologia, ao demonstrar que suas concepções neutras não são necessariamente negativas para o público que se torne alvo desta ideologia, as concepções críticas dão mais atenção aos efeitos negativos da mesma.

Mas os três conceitos se aproximam quando falam que ideologia se trata de uma informação que chega até seu receptor de um modo que não é totalmente explícito a ele, criando assim certas reações que já são esperadas pelo propagador

da mensagem ideológica. Além disso, os três autores concordam que estas reações tendem a surtir efeitos. Gomes diz que um destes efeitos é o convencimento para ganhar adeptos, enquanto Bakhtin chama isso de “materialização de comunicação” e Thompson diz que nas concepções críticas, este efeito de doutrinação é negativo justamente por não ser explícito.

Nos quadrinhos e personagens estudados neste trabalho, foi contemplada a noção de propaganda ideológica visando surtir um efeito: inspirar os leitores norte-americanos que eram o público-alvo daquela comunicação a apoiarem os Estados Unidos durante o período de guerra. Os quadrinhos foram um canal muito usado na época para promover a venda dos bônus e selos de guerra, que faziam parte do esforço de guerra. Tanto a *Timely Comics* quanto a *National Comics* promoveram a compra destes bônus pelos quadrinhos do Capitão América e Super-Homem, para fazer com que as crianças pudessem sentir que estavam ajudando as tropas e para instruir seu público leitor sobre como ajudar mais o seu exército. Para entender melhor como aquela comunicação aconteceu na época, faz-se necessário explicitar dois conceitos. Para McCloud (1995, p.9), quadrinhos são “imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta no espectador”. O método utilizado neste meio de comunicação foi o da propaganda ideológica, cujo conceito dado por Garcia (1982, p. 16) já foi previamente apresentado neste trabalho.

Unindo estas duas definições, é possível entender melhor como elas se fizeram presentes nas histórias em quadrinhos estudadas. Quando Garcia afirmou que a propaganda ideológica pode também ser definida como um conjunto de ideias propagadas, de modo a persuadir os públicos a aderir a um ponto de vista através das mensagens que são adequadas ao período e ao próprio público-alvo, sua teoria pode ser combinada com o conceito de McCloud, já que segundo este autor, as histórias em quadrinhos podem produzir uma resposta e transmitir informação. Pela propaganda usada nas histórias, os públicos eram levados a reagir positivamente em relação à participação dos EUA na guerra, e assim a participar de alguma forma do esforço que apoiava as tropas aliadas. Esta resposta do público era o objetivo principal da propaganda ideológica nos quadrinhos. As concepções críticas de ideologia que Thompson oferece também ajudam a compreender o modo como especificamente os quadrinhos norte-americanos fizeram tanto sucesso usando esta propaganda: Ao usar este conceito mais crítico quanto às ações do eixo nazista na guerra e quanto às

próprias ideologias defendidas pelos países do eixo, o público-alvo destas revistas passa a condenar mais duramente os atos de guerra dos países do eixo e também ter informações sobre como auxiliar mesmo estando longe do *front* de batalha.

Os conceitos de ideologia dados por Gomes e Bakhtin concordam com esta campanha de Relações Públicas por meio de quadrinhos, quando sugerem que os produtos ideológicos podem refletir uma realidade, como foi mostrado mais explicitamente em quadrinhos do Capitão América. Ainda na conceituação que Bakhtin dá, os produtos ideológicos se referem a algo exterior, que foi o caso nestes quadrinhos. A resposta do público a estas referências nos quadrinhos é o que consegue ligar o pensamento de Bakhtin com o de McCloud, já o que Gomes diz sobre ideologia se liga aos conceitos críticos de Thompson quando seu conceito defende que a ideologia legitima a ação de persuadir públicos. Assim, estes públicos passam a ter novas formas de ação que julgam negativamente as atitudes nazistas e são patrióticas quanto aos EUA.

Assim, é possível entender mais claramente a forma como esta propaganda pôde aparecer em quadrinhos da *Timely Comics* e da *National Comics* durante os anos da Segunda Guerra Mundial. As mensagens contidas nos canais de comunicação usados eram recebidas pelo público-alvo das mesmas, decodificadas e entendidas de modo a inspirarem uma resposta e sentimento patriótico neste mesmo público. Esta propaganda transmitia a ideologia que os aliados defendiam durante a guerra, que era nacionalista e que ia contra a ideologia nazista. Assim, os quadrinhos realizaram uma campanha de Relações Públicas governamental sem nem ter tido isso como sendo seu objetivo inicial ou principal durante a época da guerra.

Este trabalho irá seguir o método de hermenêutica da profundidade como foi proposto por Thompson. Este método é uma boa alternativa para pesquisas na área de comunicação, por permitir que se analise o contexto sócio-histórico, as formas simbólicas e os sentidos que estão imbuídos nas mensagens. Assim, de acordo com Nazário, Reino e Manfredini (2016), o método ajuda:

[...] a esquematização do trabalho de pesquisa em uma sequência clara; a conexão entre o meio social, em suas circunstâncias, e os sentidos produzidos, veiculados e interpretados pelos indivíduos que habitam o espaço contextualizado, ligação que deve conduzir a uma interpretação da interpretação, ou reinterpretção dos sentidos contidos nas formas simbólicas em análise. (NAZÁRIO, REINO e MANFREDINI, 2016, p.290)

Segundo este método, são utilizadas a Análise Sócio-Histórica, a Análise Formal ou Discursiva, e a Interpretação/Reinterpretação. A Análise Sócio-Histórica auxilia nesta pesquisa por contemplar e estudar o contexto histórico em que a propaganda ideológica foi veiculada nas histórias em quadrinhos. Segundo Thompson (2011, p. 366), o objetivo desta análise é “reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas”. Thompson (2011, p. 369) também define as formas simbólicas como sendo: “[...] produtos contextualizados e algo mais, pois elas são produtos que, em virtude de suas características estruturais, têm capacidade, e têm por objetivo, dizer alguma coisa sobre algo”.

**Tabela 1.** Etapas da hermenêutica de profundidade



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Na Análise Sócio-Histórica, o autor também apresenta cinco aspectos que ajudam a entender melhor o contexto social do objeto a ser analisado: **Situações espaço-temporais**, que consideram os locais e as datas em que as formas simbólicas foram criadas, difundidas e recebidas pelos públicos; **Campos de Interação**, que indicam quais são os melhores meios de conduzir algumas relações, considerando as normas e táticas disponíveis as pessoas envolvidas; **Instituições Sociais**, que se refere às regras e recursos das relações sociais de acordo com o período; **Estrutura Social**, que trata de “reconstruir os conjuntos de regras, recursos e relações que as

constituem.” (2011, p. 367), assim permitindo que se possa realizar uma análise mais completa; e **Meios Técnicos de Construção de Mensagens e de Transmissão**, que produzem e transmitem formas simbólicas entre pessoas.

Na Análise Formal/Discursiva, são analisadas as estruturas em que as formas simbólicas são construídas, e como as mensagens são expressas por elas até chegarem ao receptor. Entre os meios de se realizar uma análise formal/discursiva estão a **análise semiótica**, que estuda as relações que compõem os signos; **análise da conversação**, que estuda as interações linguísticas e o modo como os participantes produzem um ordenamento nela através da conversação; **análise sintática**, que analisa a sintaxe e gramática usada no dia-a-dia; análise narrativa, ou de estrutura narrativa, que examina os discursos por meio das narrativas usadas em histórias que podem conter personagens reais ou imaginários e que podem gerar efeitos narrativos; e por último, a **análise argumentativa**, que tem como objetivo “reconstruir e tornar explícitos os padrões de inferência que caracterizam o discurso” (2011, p. 374).

Na Interpretação/Reinterpretação das formas simbólicas, o analista considera os resultados das outras análises e os interpreta criticamente. Assim, é possível compreender ao que as formas simbólicas se referem por meio desta análise interpretativa.

Thompson também apresenta em seu livro cinco modos de operação que são usados nas ideologias: Legitimação, Dissimulação, Unificação, Fragmentação e Reificação. Cada modo de operação é geralmente usado com certas estratégias.

Legitimação é o modo como relações de dominação são estabelecidas e sustentadas, ou vistas como legítimas. Quando o público visto como dominado nestas relações acredita que está nesta situação por um motivo válido e justo, ele passa a apoiá-las. Thompson atrelou a este conceito as estratégias de **racionalização**, na qual o locutor consegue persuadir seu público-alvo a entender e defender a cadeia de raciocínio que justifica o seu ponto de vista; de **universalização**, na qual os acordos e relações que só servem aos interesses de alguns indivíduos são apresentados como servindo aos interesses de todos; e **narrativização**, que se consiste na criação de histórias sobre o passado que conseguem justificar o presente como sendo parte de uma tradição que não pode ser modificada. Thompson (2011, p. 83) diz que muitas vezes este último modo pode criar histórias que “podem estabelecer e sustentar relações de poder”.

Dissimulação é sobre relações de dominação que são estabelecidas e sustentadas porque foram escondidas, negadas ou tiveram algo que distraiu o público-alvo das intenções reais desta ideologia. Ela é usada com as seguintes estratégias: **deslocamento**<sup>5</sup>, que é usado para trocar os sentidos de termos que se referem a objetos ou pessoas, fazendo com que o termo original tenha um sentido negativo; a **eufemização**, que facilita a dissimulação ao permitir que situações graves sejam tratadas ou referidas como situações que não carregam o mesmo peso, apesar de Thompson lembrar que este processo de eupemização tem se tornado mais sutil; e o **tropo**, que é a dissimulação sendo expressa pela sinédoque, que é o uso de uma palavra que faz parte de algo maior para se referir ao todo; metonímia, que é o uso de uma palavra fora do seu contexto normal para significar o todo; ou metáfora, que é o uso de uma palavra imagem para significar outras palavras ou imagens por conta da semelhança entre eles. Thompson (2011, p. 84) diz também que mais especificamente, o tropo é “o uso figurativo da linguagem, ou, mais em geral, das formas simbólicas”.

Unificação é o modo como as relações de dominação conseguem implementar uma ideologia ao criarem uma identidade coletiva na qual todos os públicos-alvo da mensagem conseguem se unir por algo que os faz esquecer suas diferenças. As estratégias mais usadas neste modo são a **padronização**, em que as formas simbólicas são vistas por um único referencial que consegue unir todo um público; e a **simbolização da unidade**, que aborda a construção de símbolos para facilitar esta unificação, como bandeiras ou personalidades que representam todas as qualidades de uma ideologia;

A fragmentação é o modo que permite que as relações de dominação sejam implementadas e mantidas ao fragmentar grupos e indivíduos que possam ameaçar os grupos dominantes. Este modo usa as estratégias da **diferenciação**, que consiste em dar ênfase nas diferenças entre pessoas e apoiar o que causa desunião entre eles e não os permite ser uma ameaça em potencial aos grupos dominantes; o **expurgo do outro**, que é uma estratégia de construção simbólica na qual um inimigo em comum a todos os públicos é criado e os faz se distraírem da situação atual da relação de dominação.

---

<sup>5</sup> Estas são denominadas por Thompson (2011, p. 81) como modos de operação da ideologia.

A reificação é o modo da ideologia que caracteriza situações temporárias como se fossem permanentes e imutáveis ao ocultar os processos históricos da relação de dominação. Uma estratégia muito usada para este modo é, de acordo com Thompson, a **naturalização**, que consiste em tratar um estado de coisas que foi criado por circunstâncias como algo que é inevitável e natural; a **eternalização**, que faz com que as relações de dominação deixem de ter uma história e assim sejam vistas como imutáveis, eternas, e a **nominalização/passivização**, que são respectivamente o ato de transformar uma ação ou a descrição de uma ação em um só nome que simboliza algo maior, e o apagamento dos atores ao se usar os verbos na voz passiva. Estas estratégias ajudam para fazer os acontecimentos parecerem imutáveis.

No presente trabalho, o método de hermenêutica de profundidade irá examinar as histórias em quadrinhos que tiveram principalmente quatro dos modos de operação da ideologia que foram propostos por Thompson: Legitimação, Dissimulação, Unificação e Fragmentação. A escolha dos modos se fez por conta da ocorrência maior deles nos quadrinhos analisados.

O modo de Legitimação acontece principalmente pela estratégia da racionalização nas histórias em quadrinhos em questão, ao se considerar que um dos objetivos mais importantes da propaganda ideológica presente nelas era o de convencer uma população a seguir a ideologia defendida pela classe dominante e, com isso, defender as ações do exército americano.

A Dissimulação era mais usada nos quadrinhos pela estratégia do tropo, porque esta faz uso da metáfora para transmitir as formas simbólicas para o público-alvo da propaganda. As metáforas contidas nas capas de algumas histórias em quadrinhos da Era de Ouro eram capazes de transmitir a mensagem da propaganda ideológica nelas contida de um modo mais explícito, fazendo com que os leitores deles não tivessem problemas para captar e compreender a comunicação contida nessas histórias.

No entanto, o modo da Unificação foi usado nos quadrinhos para unir a população norte-americana leitora dos mesmos, e fazer com que ela tivesse uma perspectiva mais favorável quanto ao exército. Este meio de comunicação fez isso com a estratégia da Simbolização da Unidade, ao criar personagens que simbolizavam o americano ideal (no caso do Super-Homem), a mulher ideal (no caso da Mulher Maravilha) e o soldado ideal (no caso do Capitão América). Estes três eram vistos como figuras “perfeitas”, que passaram a ser ídolos a ser seguidos e espelhados

pelos seus leitores. A população leitora de quadrinhos se uniu para ajudar na guerra, tanto pelo alistamento quanto pela compra de títulos e selos de guerra, graças também à influência que esses quadrinhos forneciam junto a seu público leitor.

Por último, também foi identificado o modo da Fragmentação a ser usado nos quadrinhos estudados, pela estratégia do Expurgo do Outro. Como já foi dito, a princípio a população americana concentrou suas opiniões negativas contra os japoneses. Mas, com o decorrer da guerra, os nazistas passaram a ser os vilões principais dos quadrinhos americanos. O Capitão América agiu como um dos meios principais para a propaganda antinazista, enquanto o público-alvo da propaganda no Super-Homem era os cidadãos que não puderam ir lutar.

Heróis presentes nas histórias analisadas conseguiram representar os ideais patrióticos nos EUA por meio de várias maneiras, como através de seus uniformes, desenhados de modo a retratar as cores da bandeira americana; suas ações nas histórias, que mostravam os inimigos sendo derrotados e ilustravam o que os leitores podiam fazer para ajudar as tropas; e suas atitudes no geral, que passavam ideias mais patrióticas e defensoras dos ideais de liberdade e democracia dos EUA. Uma ideia principal utilizada nas histórias do Capitão América, por exemplo, foi a de defesa. Isso pode ter ocorrido por causa da situação política em que os EUA estavam na época da criação do personagem, com a opinião pública no país dividida entre aqueles que eram contra a ideia de enviar tropas para lutar em novos conflitos se fosse possível, e os a favor desse envio, para evitar que a ameaça de Hitler chegasse ao país (FEFFER, 1951, p. 42).

Uma das formas de incentivar o patriotismo no público através dos quadrinhos, particularmente nas histórias do Capitão América, foi pelo uso da iconografia que remetia à bandeira americana. Ao ler as histórias dos personagens que defendiam os ideais americanos, os leitores passavam a se identificar com as ideias que eram mostradas nas histórias e se sentiam inspirados pelo ideal patriótico mostrado. McLuhan (1969) afirma o seguinte sobre o efeito do uso de cores e bandeiras na comunicação:

Suponhamos que em lugar de ostentar as listras e estrelas, tivéssemos de escrever as palavras “bandeira americana” num pedaço de pano e exibi-lo como pavilhão nacional. Embora os símbolos transmitissem o mesmo significado, o efeito seria bem diferente. Traduzir o rico mosaico visual das listras e estrelas para a forma escrita significaria privá-la da maior parte de suas qualidades de experiência e de imagem corporada, embora o vínculo literal abstrato permanecesse quase o mesmo. (MCLUHAN, 1969, p. 101)

Desse modo, é possível ver como os quadrinhos fizeram uso do simbolismo referente à bandeira americana para mostrar personagens que personificavam os ideais defendidos pelas forças aliadas. Ao usar estes personagens para inspirar a população a apoiar as tropas que foram à guerra, os quadrinistas podem ter realizado também um tipo de campanha de Relações Públicas em apoio ao governo sem ter tido esta intenção.

Duarte (2009, p. 9) afirma que a comunicação pública é “um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”. Os quadrinhos a serem analisados tinham também o objetivo de informar e inspirar um senso de patriotismo nos cidadãos americanos, ao mesmo tempo em que os mantinha entretidos com suas histórias, ganhando engajamento maior. Duarte também diz: “A campanha de interesse geral, que visa modificar um comportamento ou contribui para a instrução cívica, deve se endereçar, ao mesmo tempo, à paixão e à razão” (p. 233). Assim, os quadrinhos contribuíram para que os cidadãos leitores das histórias pudessem de algum modo se conscientizar e realizar seus deveres cívicos em defesa de seu país.

Neste caso de os quadrinhos terem acabado servindo também para informar e motivar os cidadãos a apoiarem as ações do governo americano, implicou na participação da população de forma mais ativa na vida pública, indo de encontro ao conceito já citado de Relações Públicas governamentais dado por Andrade (2001). Deste modo, é possível notar como os quadrinhos analisados tiveram um papel de conscientização da população, justificando assim o objetivo desta pesquisa. Ao terminar a análise dos exemplos de quadrinhos, espera-se verificar se eles realmente podem ser vistos como exemplos de R.P. governamental por terem ajudado o governo americano.

### 3. METODOLOGIA

O campo de pesquisa, de acordo com Minayo (2014, p. 201), é "o recorte espacial que diz respeito à abrangência, em termos empíricos, do recorte teórico correspondente ao objeto da investigação". Envolve todo o material consultado pelo pesquisador durante a investigação, o que em uma pesquisa bibliográfica inclui livros, *websites*, revistas, trabalhos, artigos, dentre outros.

Especificamente neste trabalho, o campo de trabalho envolve obras dos autores Bakhtin, Gomes, Lasswell, McCloud, Pinho e Thompson. Durante a análise, serão examinadas as capas das obras dos quadrinistas Jerry Siegel e Joe Shuster, que criaram o personagem Super-Homem para a *National Comics* (agora *DC Comics*), as de Joe Simon e Jack Kirby, que criaram o personagem Capitão América para a *Timely Comics* (agora *Marvel Comics*), Jack Burnley, desenhista da capa de *World's Finest*, Wayne Boring e George Roussos, que fizeram as capas de Superman, Harry G. Peter, que fez a capa de *Sensation Comics*, Dick Sprang e Stan Kaye, que fizeram a capa de Batman. Além destes, também são consultados artigos de Berinsky, Brewer, Deverell, Filho, Nazário, Reino e Manfredini, McNamara, Scott e Sheppard, para dar maior sustentação teórica à pesquisa e aos resultados da investigação. A classificação da pesquisa é bibliográfica, pois de acordo com Severino (2007), esta se realiza:

[...] a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos. (SEVERINO, 2007, p. 122)

De acordo com esta definição, o presente trabalho é classificado como uma pesquisa bibliográfica, e usando a definição já citada anteriormente de hermenêutica da profundidade, como foi cunhada por Thompson, também serão usadas as análises Sócio-Histórica, Formal ou Discursiva, e a Interpretação/Reinterpretação para analisar as mensagens presentes na propaganda ideológica evidenciada nos quadrinhos examinados.

As etapas da pesquisa, segundo Gil (2002, p.59-60), que serão empregadas para este trabalho, são:

- Escolha do tema: De acordo com Gil, a escolha do tema deve estar relacionada com o interesse do estudante, e podem ser feitas algumas perguntas, como 'quais os campos de especialidade que são interessantes?', 'o que mais dá vontade de pesquisar?' e etc. (2002, p. 60). O autor também diz que o interesse pelo assunto não é suficiente e que é preciso ter conhecimentos prévios suficientes sobre o objeto de pesquisa para que a monografia seja bem desenvolvida. Para este trabalho o tema foi escolhido devido ao meu interesse pessoal por questões históricas referentes à Segunda Guerra Mundial e quadrinhos, e por que com os conhecimentos agregados por mim durante o curso de Relações Públicas eu pude identificar um possível objeto de estudo que envolve as três áreas de meu interesse.
- Levantamento bibliográfico preliminar: O autor diz que depois da escolha do tema é favorável que se faça um levantamento bibliográfico preliminar para facilitar a formulação do problema (2002, p. 61). Esta fase pode ser vista como estudo exploratório para facilitar a delimitação da área de estudo e a definição do problema. Este levantamento depende da familiaridade do aluno com o tema e a complexidade dele, então não se pode definir desde o começo tudo que vai ser consultado. Após a delimitação do tema foi feito este levantamento preliminar, sendo realizadas pesquisas na internet e nos livros disponíveis que abordassem teorias de Relações Públicas, e teorias de comunicação que abordassem propaganda ideológica. Também foram realizadas pesquisas por artigos acadêmicos que já abordaram este mesmo tema e consultas para estudar quais quadrinhos fizeram uso da propaganda ideológica durante o período estudado.
- Formulação do problema: Gil fala que neste estágio não existem regras claras, mas algumas perguntas podem ser feitas para avaliar o que pode ser investigado (2002, p. 62). As perguntas levantadas por Gil que foram mais relevantes para este trabalho foram acerca ao interesse do pesquisador no tema, a relevância teórica e prática que o tema apresenta, a formulação clara, precisa e objetiva do problema e as condições que o pesquisador dispõe para desenvolver a pesquisa. Segundo o autor, o pesquisador só pode começar seu trabalho quando

tem uma ideia clara do que quer fazer (2002, p. 62). O autor diz também que esta etapa pode levar tempo, e que o levantamento bibliográfico preliminar é importante, mas insuficiente se for usado sozinho. Deve ser feita uma reflexão crítica para se que se possa identificar incoerências e conflitos entre autores consultados. Neste trabalho esta etapa se deu depois da leitura do levantamento preliminar e reflexão sobre as teorias de Relações Públicas levantadas por Pinho e sobre as teorias sobre ideologia que Bakhtin e Thompson propõem. Após esta reflexão foi possível concatenar as teorias de forma que o objetivo e a pergunta pudessem ser elaboradas.

- Elaboração do plano provisório de assunto: No livro do autor ele diz que depois da delimitação do problema deve-se elaborar um plano provisório tão completo quanto possível, mas que tende a mudar de acordo com a evolução da pesquisa (2002, p. 63). Para este trabalho foi usado um modelo de artigo que pôde ser adaptado para um trabalho de conclusão de curso, por sugestão do orientador. Este modelo ajudou a guiar provisoriamente o formato do trabalho enquanto novas fontes de informação eram encontradas paralelamente.
- Identificação e localização das fontes: Gil diz em seu livro que nesta fase é feita a identificação das fontes que podem responder o problema proposto. O autor indica livros de leitura corrente como pesquisas sociológicas e históricas, obras de referência, periódicos científicos e teses e dissertações, entre outros (2002, p. 64-66). Neste trabalho, foram utilizados principalmente livros dos autores nacionais e internacionais, artigos acadêmicos, artigos jornalísticos, teses de mestrado, trabalhos de conclusão de curso, websites, e histórias em quadrinhos que fossem relacionadas ao tema.
- Leitura do material: Gil fala que uma vez que se consiga o material, o próximo passo é realizar a leitura (2002, p. 76). O autor também diz que a leitura na pesquisa bibliográfica deve ter os objetivos de identificar as informações e dados inclusos no material impresso, identificar relações entre as informações e os dados obtidos, e analisar a consistência das informações apresentadas pelos autores (2002, p. 77). Para este trabalho, uma vez que foi feita a coleta do material

bibliográfico tanto digital quanto impresso, foram realizadas as leituras exploratória a início, a leitura seletiva dos textos que mais seriam úteis à pesquisa, a leitura analítica, na qual os textos foram analisados e tratados como definitivos para que se pudesse ordenar e organizar as informações, e por último a leitura interpretativa, durante a qual foi possível analisar mais a fundo as teorias que direcionariam o andamento e progressão do trabalho.

- Fichamento: O autor diz que, para facilitar a retenção das informações, uma ferramenta prática é a escrita de fichamentos sobre o que foi anotado (2002, p. 80). Ele diz também que os fichamentos devem ser feitos levando em conta o problema da pesquisa. Aqui os fichamentos foram feitos depois das leituras e anotações das fontes bibliográficas, de modo que ficasse mais simples de associar teorias e ideias de autores e assim se pudesse formular novas ideias para o plano provisório.
- Organização lógica do assunto: O autor defende que que entre o fichamento do material e a escrita se faça a construção lógica do trabalho (2002, p. 84), e diz que esta organização serve para atender aos objetivos ou testar as hipóteses formuladas. Nesta etapa, o pesquisador estrutura logicamente o trabalho para que este faça sentido. No presente trabalho esta etapa foi realizada depois que foi finalizada a leitura e organização do material, de modo que a hipótese foi formulada pôde ser testada junto aos dados obtidos e os objetivos começaram a ser atendidos.
- Redação do texto: O autor diz que nesta última etapa é escrito o relatório, sem precisar de regras muito fixas sobre como ele é feito (2002, pg. 85). Neste trabalho, o texto começou a ser escrito depois que todas as etapas anteriores foram realizadas.

Quanto à técnica de coleta de dados, Gerhardt e Silveira (2009, p.69) apontam que, em se tratando de uma pesquisa bibliográfica, “[...] os dados são obtidos a partir de fontes escritas, [...] de uma modalidade específica de documentos, que são obras escritas, impressas em editoras [...]”. Nesta pesquisa, os dados foram obtidos principalmente pela coleta de imagens e textos em fontes digitais que ajudaram a

elucidar melhor como a propaganda ideológica ocorreu durante o período de guerra nos quadrinhos da Era de Ouro analisados.

As técnicas de análise de dados qualitativos foram algumas das que Gerhardt e Silveira mostram, como por exemplo, para “penetrar nos significados que os atores sociais compartilham na vivência de sua realidade” (2009, p. 84). As autoras então propõem que a análise temática consegue analisar o tema que está ligado a algum assunto e que pode ser representado graficamente por palavra, frase ou resumo. Esta descrição da análise temática consegue ser compatível com o conceito de histórias em quadrinhos de McCloud, o que permite que a análise citada seja feita nesses materiais. As autoras também trazem em seu trabalho uma fala de Minayo para elucidar melhor o conceito desta análise: “[...] a análise temática consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação cuja presença ou frequência signifique alguma coisa para o objetivo analítico visado”. (Gerhardt e Silveira (2009, p. 84 *apud* Minayo, 2007, p. 316). Por esta interpretação, dá para perceber como a propaganda usada nos quadrinhos é melhor analisada por este método.

A segunda técnica de análise de dados é a análise do discurso, que de acordo com as autoras (p. 85) procura estudar como se deu a produção e apreensão dos textos de diferentes campos. As autoras citam Pêcheux quando ele afirmou que esta análise tem dois pressupostos:

[...] o sentido de uma palavra ou de uma expressão não existe em si mesmo; ao contrário, expressa posições ideológicas em jogo no processo sócio histórico no qual as relações são produzidas; (2) toda formação discursiva dissimula, pela pretensão de transparência e dependência, formações ideológicas. (PÊCHEUX, 1988 *apud* GERHARDT E SILVEIRA, 2009, p. 85)

Assim, é possível ver que esta análise foi passível de ser usada nos dados obtidos, pois a propaganda ideológica nos quadrinhos consiste em sentidos de palavras e expressões que não existem neles mesmos e dissimulava as pretensões ideológicas capitalistas, como foi o caso da propaganda estudada.

#### 4. RESULTADOS

O presente trabalho emprega o método de hermenêutica da profundidade para analisar as capas de quadrinhos selecionados para se verificar os objetivos propostos previamente. Foram selecionadas as capas das edições número 8 da revista World's Finest Comics, de dezembro de 1942; Captain America nº 13, de abril de 1942; Captain America nº 01, de março de 1941; Action Comics nº 59, de abril de 1943; World's Finest Comics nº 9, de março de 1943; Superman nº 18, de setembro de 1942; Action Comics nº 58, de março de 1943, Batman nº 17, de junho de 1943, Sensation Comics nº 13, de janeiro de 1943, e Superman nº 24, de outubro de 1943.

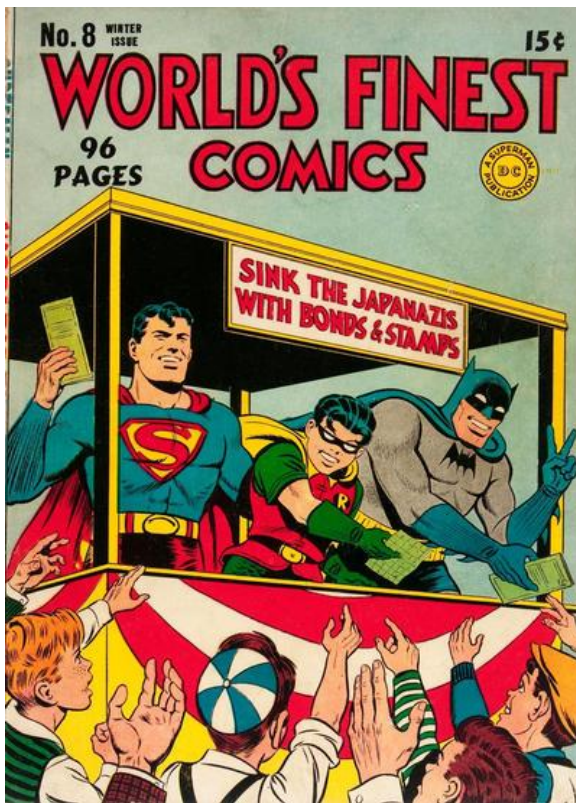


Figura 1. World's Finest Comics nº 8, 1942.



Figura 2. Captain America nº 23, fevereiro 1943.



Figura 3. Captain America nº 1, março 1941.

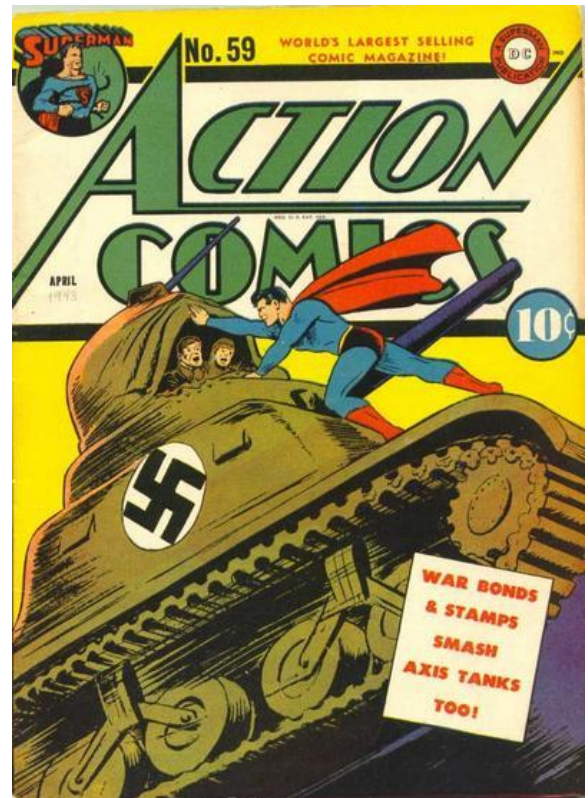


Figura 4. Action Comics nº 59, abril 1943.



Figura 5. World's Finest Comics nº 9.

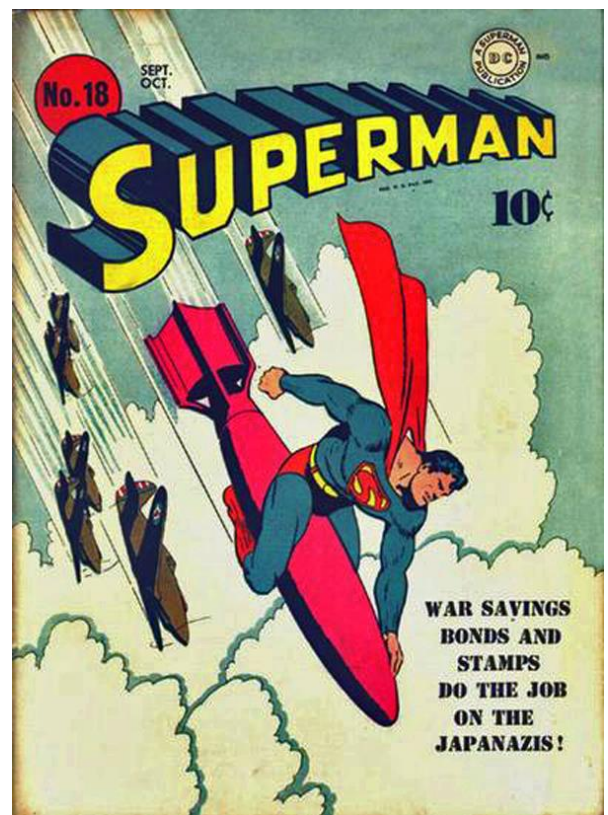


Figura 6. Superman nº 18, setembro 1942.

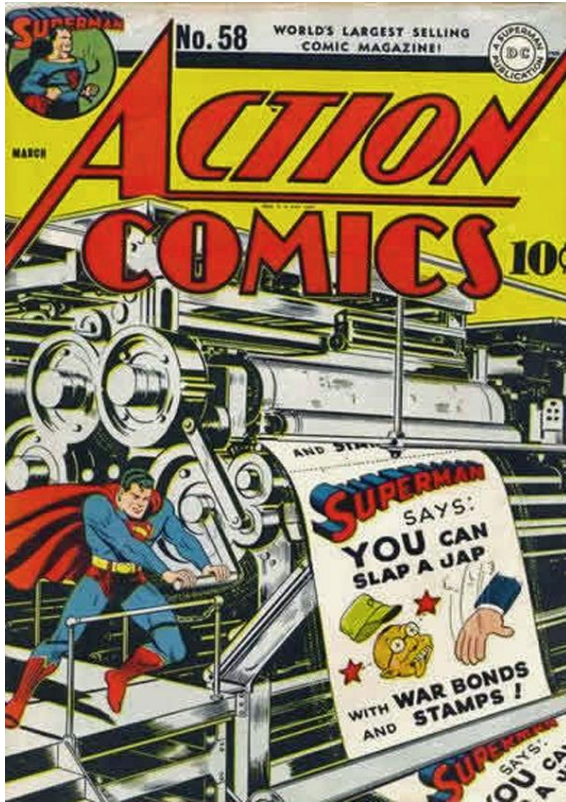


Figura 7. Action Comics nº 58, março 1943.

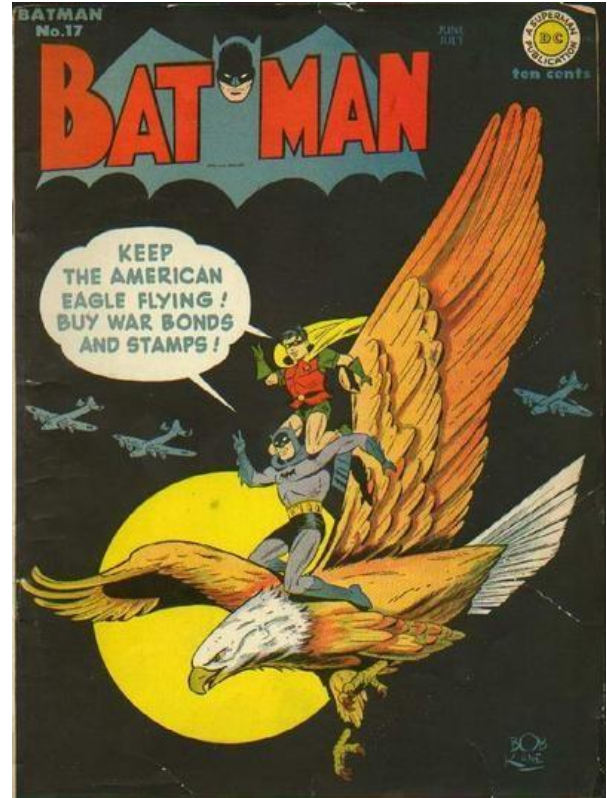


Figura 8. Batman nº 17, junho 1943.

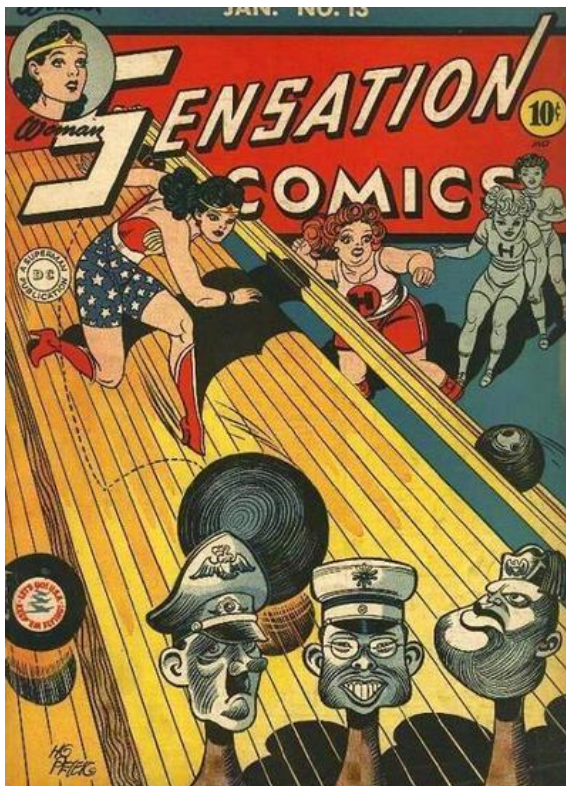


Figura 9. Sensation Comics nº 13, janeiro 1943.

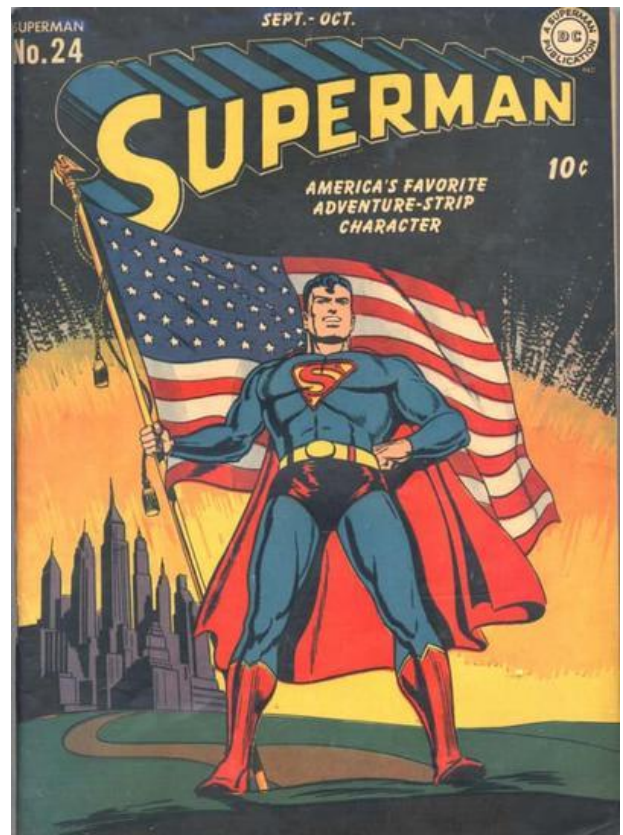


Figura 10. Superman nº 24, setembro-outubro 1943

Foram escolhidas as capas das revistas em quadrinhos acima pela impossibilidade de se encontrar as edições impressas das mesmas, devido a raridade

de exemplares existentes e o tempo transcorrido entre essas publicações e os dias de hoje. As análises irão examinar todas as referidas imagens, devido a elas conterem os exemplos mais marcantes da propaganda ideológica utilizada nas histórias em quadrinhos da época.

#### 4.1. MODOS DE OPERAÇÃO DA IDEOLOGIA IDENTIFICADOS NOS QUADRINHOS ANALISADOS

Na análise das propagandas veiculadas nas capas das histórias em quadrinhos, encontraram-se principalmente os seguintes modos de operação da ideologia: **Legitimação**, pela estratégia da racionalização; **Dissimulação**, pela estratégia do tropo; **Unificação**, pela estratégia da simbolização da unidade; e **Fragmentação** pela estratégia do expurgo do outro.

Esses quadrinhos utilizam o modo da Legitimação pela estratégia da racionalização na construção desta forma simbólica, pois o público-alvo já estava propício a defender uma atitude mais agressiva contra os japoneses, devido aos ataques ocorridos em Pearl Harbor. Tendo este sido o estopim para entrada do país na guerra, os japoneses naquele momento eram muito mais o alvo da retaliação norte-americana do que os alemães, como é possível ver nas imagens 02 e 06. Assim sendo, a opinião pública daquele país se concentrou a princípio na visão que ia contra os japoneses e qualquer perspectiva anti-nipônica, pois era mais facilmente aceita e vista como legítima. Conforme a guerra progrediu, a propaganda nos quadrinhos passou a retratar mais os nazistas em geral, como os vilões das histórias, como as propagandas presentes nas imagens 03, 04 e 05 mostram.

O modo da Dissimulação usou a estratégia do tropo, ao veicular as mensagens da propaganda ideológica por meio de metáforas. As histórias em quadrinhos eram ficcionais, mas as metáforas contidas nelas eram facilmente detectadas pelos públicos. Assim, a transmissão da mensagem antifascista por este meio foi suficiente para inspirar os leitores a ter sentimentos ufanistas, a apoiar as tropas, participar do esforço de guerra e, por vezes, se alistar no exército. A dissimulação, assim, não foi usada com fins de caráter negativo. As imagens 02, 03, 05, 06, 08 e 10 mostram os heróis das histórias sendo mostrados como metáforas para simbolizar o poder norte-americano para os seus leitores.

O modo da Unificação usou a estratégia da simbolização da unidade ao criar e transformar alguns personagens (como foi o caso do Capitão América) em símbolos

que serviam para transmitir melhor a propaganda utilizada nos quadrinhos. Além deste personagem, o Super-Homem e a Mulher Maravilha se tornaram símbolos americanos que produziam sentido, desde os seus uniformes, que continham as cores da bandeira dos EUA, até seus ideais de patriotismo, justiça, verdade e democracia. O público-alvo desta estratégia de comunicação então se inspirava nestes personagens e nas suas histórias carregadas de simbolismo para apoiarem melhor as tropas pelo melhor método possível para cada um, sendo este público-alvo composto por civis ou militares. As figuras 01, 04, 05, 06, 07 e 08 mostram mensagens que encorajavam os leitores a comprar títulos e selos de guerra, fazendo assim com que este público sentisse que estava participando da guerra e colaborando para a derrota dos inimigos do país. As imagens 01, 02, 03, 06, 08 e 10 mostram os heróis das revistas como ícones idealizados aparecendo enquanto derrotam os inimigos nazistas.

O modo da Fragmentação utilizou a estratégia do expurgo do outro em várias histórias em quadrinhos durante a guerra, em especial do Capitão América e do Super-Homem. Os quadrinhos utilizaram esta estratégia ao mostrar os nazistas como o inimigo a ser combatido a qualquer custo, o que ajudou a unir a população, ao mesmo tempo em que fez com que ela deixasse de lado outros problemas do país. As capas dos quadrinhos das figuras 02, 03, 04, 05, 07, e 09 usaram a estratégia do expurgo do outro quando exibiram imagens dos símbolos nazistas em inimigos dos heróis ou imagens dos heróis derrotando inimigos dos países aliados. Isso foi visto muitas vezes tanto nas capas dos quadrinhos do Capitão América quanto nas histórias em si, já que este personagem foi um dos maiores veículos da propaganda.

#### 4.2. ANÁLISE SÓCIO-HISTÓRICA

A Figura 01 mostra os personagens Super-Homem, Batman e Robin em um palanque, vendendo os bônus/títulos de guerra a uma multidão de jovens interessados. Acima deles, é possível ler a frase “afundem os *japanazis*<sup>6</sup> com bônus e selos”. Este tipo de propaganda, com caráter mais agressivo em relação aos japoneses, foi muito comum entre as histórias em quadrinhos da época, por causa do ataque a Pearl Harbor. O mesmo tipo de propaganda aparece nas figuras 02, 05, 06, 07 e 08, em que as mensagens fazem um apelo para a compra de selos e títulos de

---

<sup>6</sup> Forma pejorativa como os americanos se referiam aos japoneses a época.

guerra, sob a justificativa de que essa prática serviria também como apoio moral e financeiro as tropas aliadas na guerra.

Entre as capas analisadas, as que continham personagens japoneses os mostravam sempre como sendo os vilões que precisavam ser derrotados pelos heróis. Para evitar que o público leitor tivesse simpatia com eles, geralmente os japoneses eram altamente estilizados, para que ganhassem feições grotescas e quase inumanas, como fica claro na figura 02. No entanto, a propaganda não tentou unir o público apenas contra os japoneses. Com o tempo, alguns heróis começaram a batalhar também contra líderes dos outros países do eixo, principalmente Adolf Hitler.

Depois da entrada dos EUA na guerra, o foco da propaganda deixou de ser voltado exclusivamente apenas contra os japoneses, passando a incluir imagens que também mostravam personagens ou símbolos nazistas, como são os casos das figuras 03 e 04. O próprio Capitão América, em sua estreia nos quadrinhos, já apareceu na capa socando Hitler. Dessa forma, o público já era exposto à propaganda antes mesmo de abrir as revistas. Na figura 04, o Super-Homem, outro ícone norte-americano, aparece já na capa derrotando um tanque nazista (identificado como tal pela suástica, o que era um muito comum nos quadrinhos para identificar os personagens nazistas) com uma mensagem logo abaixo, encorajando o leitor a comprar selos e títulos de guerra para que ele assim ajudasse a derrotar os inimigos. Esta era uma ferramenta muito comum nas propagandas, a de fazer com que os leitores sentissem que estavam ajudando o país a ganhar a guerra.

Os personagens mais icônicos, notadamente Super-Homem e Capitão América, também serviram como propaganda ideológica não apenas pelas suas ações como heróis, mas por quem eles eram, com as cores dos seus uniformes e seus aparentes atributos físicos.

A propaganda mais clara na figura 01 está na mensagem escrita, que é um apelo não apenas para os personagens que querem comprar os bônus, mas também para o próprio leitor da revista. Pelo aspecto das *Situações Espaço-temporais* do item analisado, é possível considerar que as formas simbólicas contidas nessa figura que foi criada e então recebida pelo público-alvo, tinham como objetivo motivar este mesmo público a realizar uma ação pelo bem maior, que no caso se configurava como aderir a prática de compra dos bônus, reafirmando que esta compra auxiliava as tropas que estavam no campo de batalha.

Pelo aspecto dos *Campos de Interação*, é possível de notar que o público-alvo primário das revistas foi constituído de crianças que liam quadrinhos. As táticas disponíveis aos criadores da propaganda ideológica presente nas revistas analisadas foram utilizar personagens populares para veicular as mensagens e recorrer aos sentimentos de nacionalismo e patriotismo que eram difundidos não apenas pelos quadrinhos da época, como também em pôsteres, músicas, filmes, e outros instrumentos desta propaganda ideológica.

Na questão do aspecto das *Instituições Sociais*, o período pedia que mensagens de propaganda ideológica circulassem por entre os meios de comunicação livremente, em especial as mensagens com temáticas relativas ao apoio da população americana durante a guerra. Nas capas analisadas, é possível ver isso ao ler as mensagens que lembram o leitor de forma direta ou não a comprar os títulos de guerra, como acontece nas figuras 01, 04, 05, 06, 07 e 08. Ao pedir apoio financeiro, os quadrinhos construía uma relação de aliança com os públicos, fazendo-os se sentir que estavam participando do esforço de guerra ao oferecer esta ajuda financeira.

Além de utilizar desta ferramenta, as imagens também mostram claramente que se opunham às filosofias, culturas e outras instituições sociais que os países do eixo tinham, ao mesmo tempo em que reafirmavam as instituições dos países aliados. Esta reafirmação ocorreu na constante presença de formas simbólicas de temas patrióticos, norte-americanos e de liberdade.

No aspecto de *Estrutura Social*, o período é de recuperação de uma crise econômica nos EUA, então a opinião pública daquele país antes dele entrar na guerra ficou dividida entre os que estavam a favor da ideia de defender a democracia e os que eram indiferentes ou contra a mesma ideia (FEFFER, p. 95-96). Portanto, algumas das relações sociais nos EUA da época justificaram o uso da propaganda agressiva que era presente nos veículos utilizados. As mensagens das imagens analisadas apelavam para as crianças que liam os quadrinhos, que assim eram simultaneamente receptoras da propaganda e transmissoras. Elas faziam este papel ao repetir a mensagem aos seus familiares e amigos, convencendo-as a acatar com a mesma. Ao utilizar personagens populares, as crianças podem ter se sentido motivadas a aceitar a sugestão presente na propaganda.

No aspecto de *Meios Técnicos de Construção de Mensagens e de Transmissão*, por causa do contexto sócio-histórico dos quadrinhos analisados

percebe-se que este foi o meio técnico ideal para veicular as mensagens de propaganda ideológica, pois pelo seu formato os públicos puderam decodificar melhor as formas simbólicas presentes nas mensagens das histórias. Nas capas dos quadrinhos das figuras deste trabalho, a intenção foi que os leitores comprassem títulos de guerra e apoiassem as tropas, como os seus heróis sugeriam.

#### 4.3. ANÁLISE FORMAL/DISCURSIVA

A estrutura dos canais destas propagandas foram os quadrinhos, que carregaram em suas páginas mensagens persuasivas expressas em formas simbólicas para os seus públicos externos. O efeito das mensagens foi maximizado pela própria natureza dos quadrinhos, que, segundo o conceito de McCloud, podem produzir reações nos leitores. A maximização acontece devido ao modo como imagens e textos foram utilizados em conjunto para transmitir as mensagens de forma clara e prazerosa simultaneamente.

No aspecto da *Análise da Estrutura Narrativa*, ou *Análise Narrativa*, a imagem e texto presentes nas capas estudadas atuam juntos para emitir a mensagem que contém a propaganda ideológica. Esta propaganda fala diretamente ao leitor, apontando a informação sobre o inimigo da época (os regimes Nazi-Facistas), empregando personagens populares dos quadrinhos em sua defesa. As aventuras e a popularidade destes personagens contribuíram para ratificar o grau de legitimidade da comunicação veiculada junto aos leitores.

Esta estrutura narrativa é comum em todas as capas analisadas: Os heróis são mostrados enquanto realizam atitudes que defendem as ações realizadas pelo governo dos EUA (seja por vender bônus ou por aparecer agindo diretamente no campo de batalha, como acontece com as capas do Capitão América). Assim, os próprios heróis atuaram como formas simbólicas ao agirem de acordo com as suas histórias normalmente e *também* como porta-vozes para a propaganda vigente. Deste modo, os sentidos da propaganda que haviam sido produzidos pelos quadrinistas foram veiculados nas narrativas dos heróis e interpretados pelos leitores de suas histórias, que interpretavam o sentido da mensagem ali exposta, por estarem no mesmo contexto histórico.

No aspecto da *Análise Argumentativa*, nas imagens das capas a inferência presente é a que a propaganda contida nelas também é voltada para o público leitor. Desconstruindo as imagens das Figuras 01, 04, 05, 06, 07 e 08, é possível analisar

isoladamente as mensagens escritas e as mensagens pictóricas para em seguida chegar a um exame mais profundo do conjunto das duas.

Os primeiros elementos a serem notados nestas figuras são as mensagens escritas, que usam em inglês o vocativo para pedir que os personagens na capa comprem bônus de guerra e selos para ajudar as tropas que estão lutando na guerra. Não apenas isso, mas as mensagens também apelam para o sentimento dos receptores quanto aos japoneses, ao fazerem a alusão que ao comprar os bônus ele estaria ajudando a atacar os inimigos.

Os segundos elementos das figuras analisadas são as mensagens pictóricas, que usam os personagens principais das histórias para veicular a propaganda. Os personagens Super-Homem, Capitão América, Batman e Mulher Maravilha já eram populares entre os leitores, então isso aumentava as chances de eles influenciarem as decisões dos mesmos. O fato de a mensagem propagandística ser defendida pelos heróis das revistas auxiliou a espalhar melhor a ideia de que os cidadãos deviam apoiar as tropas, e reafirmou por meio das imagens quem eram os inimigos do país naquela guerra. Em grande parte das capas das revistas os vilões eram japoneses ou líderes dos países do eixo, informando assim o público das revistas.

Assim, é possível analisar conjuntamente os elementos das imagens. Os sentidos que foram produzidos pelos quadrinhos e interpretados pelo seu público-alvo foram aceitos pelo público por causa do contexto sócio-histórico em que estavam inseridos, que necessitava naquele momento que o público apoiasse as decisões do governo dos EUA perante a guerra na Europa. Os que habitaram estas circunstâncias justificavam o modo como japoneses e alemães eram retratados nas revistas porque estes, naquele espaço contextualizado, eram os inimigos da nação. E as formas simbólicas nos quadrinhos reafirmavam e justificavam esta ideia.

#### 4.4. INTERPRETAÇÃO/REINTERPRETAÇÃO

A análise até aqui mostrou que a propaganda ideológica esteve de fato presente nas capas dos quadrinhos, através do uso de formas simbólicas. A ideologia que era veiculada nesta propaganda foi a do ideal de capitalismo como os norteamericanos realizavam à época, e proferia que ao apoiar as decisões do governo daquele país, a população estaria também ajudando o governo, de uma forma indireta, a evitar que o nazismo ganhasse a guerra.

Este tipo de propaganda pode ser considerado como uma forma de realizar as funções de serviço público e de estímulo à ação, de acordo com a classificação de Pinho (1990). As formas simbólicas presentes nas imagens analisadas servem claramente para informar o público sobre alternativas disponíveis a eles visando combater o nazi-fascismo, ao mesmo tempo em que o incentivava a agir em defesa da ideologia vigente, pelo bem maior. Assim, os meios técnicos para a transmissão da mensagem realizaram seus objetivos ao oferecer um canal simples, acessível, de fácil assimilação e que simultaneamente mantinha o público entretido e informado.

Deste modo, é possível interpretar que os sentidos das formas simbólicas presentes na propaganda ideológica examinada tiveram também o objetivo de persuadir o público americano, que ainda poderia estar indeciso ou se posicionando de forma contrária à entrada do país na Segunda Guerra Mundial. As capas usaram o sentimento do público quanto aos japoneses, representado no desejo de vingança pelo ataque a Pearl Harbor, para incentivar o apoio às tropas por meio das formas simbólicas que tinham os personagens (heróis, indumentárias, acessórios e apetrechos), bem como as próprias narrativas contidas nos quadrinhos.

Quanto à interpretação dos modos de operação da ideologia, já foi discutido como a propaganda ideológica foi usada inicialmente como meio de retaliação contra os japoneses, após o ataque à base de Pearl Harbor. Mas, as formas simbólicas presentes na propaganda não expressaram nada sobre como os EUA só ingressaram na guerra após este ataque<sup>7</sup>. Muitas mensagens contidas nela motivavam o público a fazer tudo que fosse possível para apoiar as tropas e defender a democracia. Mas esta defesa foi questionada à época, já que alguns setores da opinião pública do país não endossavam a entrada dos EUA na guerra. Após Pearl Harbor, a opinião pública se mostrou muito mais favorável à participação americana na guerra, o que permite o questionamento quanto a participação dos EUA de fato ter ocorrido se não fosse este incidente.

O uso da estratégia da racionalização serviu para que os leitores dos quadrinhos entendessem e aprovassem esta entrada do país no conflito. Mas as formas simbólicas utilizadas nas mensagens da propaganda mostravam os japoneses como sendo os únicos inimigos dos EUA na guerra, antagonizando-os. A

---

<sup>7</sup> Isso pode ser verificado pelo fato da publicação da revista Capitão América nº 1 ter saído nos EUA em março de 1941, nove meses antes do ataque à base de Pearl Harbor e a subsequente entrada do país na guerra.

dissimulação, usando a estratégia do tropo, usou metáforas nos quadrinhos que reafirmaram a mensagem quanto aos japoneses serem os inimigos dos EUA; e o modo da fragmentação usou o expurgo do outro para demonizar exageradamente toda uma população que foi e continua tendo muita importância para os EUA. O modo como os personagens japoneses eram mostrados nos quadrinhos da época revelam os exageros que a propaganda veiculava, ao defender a ideia de que os japoneses eram os maiores inimigos da nação. As nacionalidades que também foram retratadas negativamente nos quadrinhos foram os alemães e italianos, mas este expurgo foi mais presente no modo como os personagens japoneses apareciam.

O modo da unificação usou a simbolização da unidade para transformar personagens dos quadrinhos em símbolos ultranacionalistas, que tinham como objetivo representar a força norte-americana e vender ao seu público-alvo a ideia de que, ao comprar títulos de guerra e selos, eles estariam participando da guerra indiretamente e ajudando as tropas.

Os personagens serviram como formas simbólicas com seus discursos, uniformes, ações e aventuras. Mas suas mensagens não deveriam ter sido tão idealizadas e hiper-patrióticas, pois mensagens deste caráter têm uma tendência a transmitirem versões exageradas ou até mesmo falsas dos fatos. No caso dos quadrinhos, o patriotismo presente nas revistas de heróis como o Capitão América mostrava os EUA como sendo o país que seria a peça chave para o fim da guerra, deixando de lado os outros países aliados. Estas mensagens idealizadas demonizavam o outro, que no caso foram os japoneses, alemães e italianos.

O idealismo é irreal pelo próprio conceito da palavra, então a propaganda ideológica presente nas histórias em quadrinhos transmitia por vezes uma mensagem que beirava ao fantasioso, pois ignorava os outros problemas que o país sofria na época. E o ato de transmitir uma informação que incitava um patriotismo que apenas defendia, mas não questionava atitudes do governo vigente, foi uma atitude que corria o risco de ter consequências indesejáveis no futuro, como de fato aconteceu na década seguinte à guerra.

A análise sócio-histórica serviu para oferecer uma visão geral do contexto histórico em que as revistas foram criadas e porque determinadas cenas que faziam alusão explícita ao combate contra as forças do eixo foram utilizadas nos quadrinhos. Contemplando o contexto histórico social em que estas histórias estavam inseridas,

foi possível entender melhor o motivo da escolha de alguns dos discursos usados, como o discurso anti-nipônico por exemplo.

Esta análise foi particularmente proveitosa para se conseguir examinar a fundo exemplos da propaganda ideológica empregada nos quadrinhos e ver como ela foi usada como forma de comunicação para atingir os seus públicos-alvo. Deste modo, a análise sócio-histórica também ajudou a atingir um dos objetivos específicos, pois fica provado que a propaganda ideológica esteve presente nos quadrinhos da Era de Ouro analisados. Similarmente, é possível ver que esta análise também ajudou a provar outro dos objetivos específicos, porque ao se considerar como as mensagens de propaganda ideológica chegaram até seus públicos-alvo e foram recebidas pelos mesmos, pode-se entender que estas mensagens serviram para que o público ficasse mais informado sobre como ajudar as tropas, e a ter uma visão mais patriótica e favorável do exército americano e das decisões do governo sobre a guerra.

O formato das histórias em quadrinhos auxiliou a propagar melhor e mais facilmente as mensagens de propaganda ideológica. Assim, devido ao caráter quase lúdico e a união de imagem e texto característica das HQs, foi possível entender melhor como as mensagens da propaganda ideológica surtiram efeito no público-alvo. O uso de personagens populares como veículo das mensagens também surtiu efeito positivo junto aos públicos, que já tinham uma perspectiva positiva quanto a eles. Assim, a análise formal/discursiva ajudou a atingir o objetivo geral e os dois primeiros objetivos específicos, ao examinar a fundo o canal da propaganda ideológica e demonstrar que esta propaganda estava presente na estrutura narrativa dos quadrinhos analisados.

O aspecto da Análise Narrativa dentro da Análise Formal/Discursiva foi também muito útil para comprovar que os quadrinhos empregaram a propaganda ideológica nas histórias. Isso se deu porque esta propaganda foi veiculada por meio de imagens e textos que atuaram conjuntamente na emissão da propaganda, facilitando a compreensão da mensagem pelos seus receptores. No caso dos quadrinhos, o público-alvo primário, na maioria dos casos, era constituído das crianças que liam as revistas e o secundário era formado pelos familiares e/ou amigos que tinham contato com as revistas e as informações contidas nelas através do público-alvo primário. Assim, esta análise ajuda a provar os objetivos específicos.

O aspecto da Análise Argumentativa ajudou a elucidar o fato de que a mensagem da propaganda era voltada principalmente para os leitores das revistas em

quadrinhos, falando diretamente com eles. Esta análise argumentativa serviu para expor mais claramente as inferências das formas simbólicas contidas nas imagens das histórias, assim ajudando a provar o objetivo geral e os dois primeiros objetivos específicos. A análise argumentativa examinou separadamente os elementos pictóricos e textuais das imagens para oferecer depois uma análise conjunta mais elaborada, e esta última análise conseguiu expor a potencialidade que os quadrinhos tiveram para servir de facilitador do relacionamento entre o seu público-alvo e o governo americano.

Esta facilitação ocorreu devido às mensagens constantes da propaganda ideológica que era a favor das ações do exército americano e, conjuntamente, a favor das decisões governamentais do país referentes à guerra, o que demonstra um tipo de RP governamental. Naquele momento histórico, a sociedade precisava de todo o incentivo disponível para apoiar as mensagens que hoje são reconhecidas como racistas e xenofóbicas, mas que serviram então para persuadir melhor o público a se mobilizar a favor do governo norte-americano.

## 5. DISCUSSÃO

Os resultados encontrados neste trabalho demonstram que a propaganda ideológica presente nos quadrinhos usou também o modo da legitimação juntamente com a estratégia da racionalização. Esta estratégia se fez presente através das mensagens que mostravam inicialmente os japoneses como vilões principais dos heróis das histórias, dando assim uma razão válida e racional para que o público também os visse deste modo. De acordo com a progressão da guerra, os alemães e italianos também foram mostrados como vilões nas páginas dos quadrinhos, mas a estratégia da racionalização se concentrou em culpar os japoneses pelos problemas dos heróis por muito tempo.

Esta racionalização presente na propaganda fez com que o público tivesse alguém a quem culpar pela guerra, desenvolvendo assim uma justificativa válida para fomentar o sentimento negativo perante a uma nação vista como inimiga do país. O pensamento do público leitor à época era, em linhas gerais: já que os heróis lutavam contra os vilões japoneses, então eles deveriam ser vilões no mundo real também. Assumindo-se que o estopim da entrada dos EUA na guerra foi proporcionado por um ataque vindo dos japoneses, fazia sentido que as mensagens propagandísticas quisessem se legitimar ao atacar japoneses como forma de retaliação.

O modo da dissimulação usou metáforas na propaganda inserida nos quadrinhos, ao mostrar claramente para o público leitor as mensagens inspiradoras e persuasivas que pediam o apoio às tropas que estavam na Europa. Como as imagens inseridas neste trabalho mostram, algumas metáforas tinham compreensão mais fácil do que outras, em especial as que mostravam japoneses como antagonistas. Como o entendimento destas metáforas era fácil para os públicos da propaganda ideológica, a chance de haver ruídos na transmissão da mensagem era minimizada. Desse modo, os públicos facilmente receberam a comunicação, decodificaram-na e a compreenderam, para então se inspirarem nela de modo a agirem a favor das tropas.

A simbolização da unidade foi a estratégia do modo da unificação que permitiu que a ideologia veiculada na propaganda pudesse unir os leitores dos quadrinhos na defesa e manutenção das relações de poder que existiam nos EUA na época. Estas relações de poder foram ameaçadas pela perspectiva de uma vitória do eixo nazista. Canais como as revistas em quadrinhos fizeram uso de símbolos e ícones que pudessem ajudar a transmitir a propaganda ideológica e reafirmar ideais norte-

americanos para o público-alvo. Esta simbolização pode ser vista nos quadrinhos ao se notar as cores usadas nos uniformes dos heróis que remetiam às cores da bandeira americana, em seus discursos contra os vilões, ideais políticos e suas próprias aventuras, que geralmente tinham um japonês ou algum nazista como vilão.

As revistas não eram lidas apenas por crianças e adolescentes, pois parte de seu público-alvo também era constituído por soldados que estavam no *front* de batalha. Estes soldados usavam as revistas como distração do que acontecia na guerra e como fonte de inspiração, devido à propaganda contida nelas. O modo da simbolização da unidade então funcionava para fazer este público ler as revistas e se sentir incentivado a continuar lutando pelo bem maior.

O modo da fragmentação usou o expurgo do outro para mostrar ao público que os inimigos reais do país eram os nazistas e que estes deveriam ser combatidos de todas as formas. Esta estratégia pode ser vista pelo modo como em especial os japoneses eram mostrados nos quadrinhos: tinham dentes com presas, geralmente usavam óculos e tinham feições que eram quase bestiais. Com isso, a estratégia do expurgo fez o público-alvo ter a impressão que os inimigos não eram humanos, o que também justificava seus ataques. Os personagens alemães não foram retratados com um expurgo tão aparente – pelo menos não inicialmente. Além do sotaque alemão nas suas falas, não haviam traços físicos exagerados tão visíveis nesses personagens. Apesar de terem aparecido em número menor que os vilões japoneses, também foram criados vilões nazistas que eram alemães. Os exemplos mais importantes destes personagens foram o Caveira Vermelha e o Barão Zemo, ambos antagonistas do Capitão América. As falas, atitudes e posturas destes personagens ligados as forças do Eixo demonstravam ao público quem eram os inimigos da nação durante a guerra, e porque eles tinham que ser derrotados.

## 6. CONCLUSÃO

O objetivo geral da pesquisa foi atingido, pois as análises empreendidas com a propaganda ideológica presente junto às histórias em quadrinhos de super-heróis durante a Era de Ouro, com especial destaque para o período da Segunda Guerra Mundial (1938-1945) permitem inferir que ela surtiu o efeito de ajudar a cativar o público-alvo das revistas e motivá-lo a fazer o possível para ajudar o país a ganhar a guerra. Através da análise sócio-histórica foi possível contemplar e confirmar o segundo objetivo específico, comprovando assim que a propaganda ideológica foi um processo também presente nas histórias em quadrinhos de super-heróis daquele período. Graças ao método da hermenêutica da profundidade, as análises realizadas podem se aprofundar mais junto ao contexto no qual as imagens analisadas foram criadas.

A propaganda ideológica nos quadrinhos não começou oficialmente como um programa de Relações Públicas do governo norte-americano. Entretanto, este trabalho considerou que o modo como ela foi usada e seus efeitos naquele público durante a guerra se assimilaram a um programa de Relações Públicas governamentais, na medida em que se configurou como uma ação voltada também para a obtenção de apoio junto ao público-alvo – neste caso, os leitores de quadrinhos da Era de Ouro – para o efetivo de tropas enviadas a Europa para combater a ameaça nazista concomitante ao período.

De fato, percebe-se a presença e o aproveitamento significativos dos heróis deste período – com destaque para personagens como Super-Homem, Capitão América e Mulher-Maravilha, dentre outros – em tramas e narrativas desenvolvidas com o propósito de adquirir confiança junto à população, instruir a mesma quanto à forma como agir para apoiar as tropas norte-americanas e persuadir os que podiam entrar para o exército americano a fazê-lo e ir lutar pelo seu país. O trabalho também considerou que foi utilizada principalmente a função de execução de Relações Públicas, pois apesar da campanha não ter sido idealizada inicialmente como uma ação de RP, ela ainda assim surtiu resultados positivos para o governo norte-americano. A propaganda realizada, embora não tivesse fins para mudança de práticas industriais e comerciais, foi usada com o propósito de informar a população leitora, inspirar a mobilização popular, e também para que a população dos EUA da

época demonstrasse uma opinião favorável quanto às decisões feitas pelo governo do país e a presença do exército no esforço de guerra.

Foi observado então que a propaganda ideológica contida nas histórias em quadrinhos agiu em defesa do país e do seu governo, ao instruir públicos variados de forma simples e lúdica sobre contra quem os EUA estavam lutando e porque o exército precisava de todo o apoio possível para conseguir ajudar os aliados a vencerem a guerra. Foi uma campanha de Relações Públicas bem-sucedida, que conseguiu atingir seus objetivos relacionados à melhoria da qualidade do relacionamento entre o governo norte-americano e sua população durante a época da Segunda Guerra Mundial. Estes quadrinhos e a propaganda ideológica contida neles ajudaram para que a população norte-americana conseguisse ter as esperanças necessárias naqueles tempos de guerra que a permitiram alcançar um sentimento de união e triunfo durante o cenário da guerra e também após aquele período.

Esta pesquisa é um ponto de partida para discussões e estudos mais aprofundados no que se refere tanto as histórias em quadrinhos quanto a temática de Relações Públicas que se pode observar nesse meio de comunicação. O uso dos quadrinhos como forma de RP governamental é apenas um dos possíveis modos a serem empregados por uma ou mais instituições para informar e esclarecer o público-alvo da mensagem que se quer transmitir. Outras formas as quais também cabem apreciação quanto à possibilidade de aproveitamento e análise entre RP e quadrinhos são as de execução (com comunicação – responsável pela criação de materiais apropriados para campanhas de RP) e a de avaliação (propõe o exame dos resultados das ações durante e depois de sua implementação).

Abordando especificamente a forma de RP governamental, cabe mencionar que esta não foi a única vez que empresas como a Marvel Comics fizeram os quadrinhos se tornarem um espelho da sociedade e do que acontecia (e continua acontecendo) no mundo fora das revistas. Muitas tramas e enredos que vieram após a Segunda Guerra foram instrumentos de crítica social dos autores através quadrinhos, e tiveram como alvo de crítica ações governamentais, conflitos militares, presidentes, e outros fatos e eventos pertinentes a diversas administrações governamentais. E é graças a pessoas como Stan Lee que os leitores de quadrinhos podem continuar tendo visões diferenciadas do mundo à sua volta, de forma que ele possa se identificar com as situações e saber qual é a atitude mais correta a se tomar diante dos desafios da vida. Deste modo, o assunto desta pesquisa tem potencial para

ser ampliado no futuro, para que se possa aprofundar o estudo da relação entre quadrinhos e sua influência no público leitor.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, C. T. S. **Para Entender Relações Públicas**. 3 ed., São Paulo: Edições Loyola, 2001. 178 p.
- ANDREOTTI, B; MARANGONI, A; ZANOLINI, M. **Quadrinhos Através da História: As Eras dos Super-Heróis**. 1 ed., São Paulo: Criativo, 2017. 112 p.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8 ed., São Paulo: Hucitec, 1997.
- BERINSKY, A. J. America at War: Public Opinion During Wartime, From World War II To Iraq. **University of Chicago Press**, 2007. Disponível em <<https://www.princeton.edu/csdp/events/Berinsky101107/BerinskyManuscript101107.pdf>> Acesso em: 14 mar. 2018.
- BREWER, S. A. **Why America Fights: Patriotism and War Propaganda from the Philippines to Iraq**. EUA: Oxford University Press, 2011.
- CHILDS, H. L. **Relações Públicas, Propaganda & Opinião Pública**. Rio de Janeiro: FGV, 1967. Trad. de Sylla Magalhães Chaves.
- DEVERELL, R. D. *Men of Steel & Sentinels of Liberty: Superman and Captain America as Civilians and Soldiers in World War II*. **History Master's Theses**, 2013. Disponível em: < [http://digitalcommons.brockport.edu/hst\\_theses/16](http://digitalcommons.brockport.edu/hst_theses/16)>. Acesso em: 22 abr. 2018.
- ECOS DA SEGUNDA GUERRA. **Causas da Segunda Guerra Mundial** – Principais Pontos. Disponível em <<http://segundaguerra.net/causas-da-segunda-guerra-mundial>>. Acesso em: 14 de mai. 2018.
- FEFFER, Mary Gertina, **American Attitude Toward World War II During the Period from September 1939, to December, 1941**. (1951). Master's Theses. Paper 997. Disponível em <[https://ecommons.luc.edu/luc\\_theses/997](https://ecommons.luc.edu/luc_theses/997)>. Acesso em: 19 jul. 2018.
- GARCIA, Nelson Jahr. **Estado Novo: ideologia e propaganda política**. São Paulo: Loyola, 1982.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. *Série Educação a Distância. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS*. Porto Alegre, 2009. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2018.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES, N. S. *Linguagem e Ideologia Nos Quadrinhos: O Caso do Capitão América*. **XVI Congresso Nacional De Linguística E Filologia**, 2012. Disponível em: < [http://www.filologia.org.br/xvi\\_cnlf/tomo\\_1/070.pdf](http://www.filologia.org.br/xvi_cnlf/tomo_1/070.pdf)> Acesso em 23 mar. 2018.

LASSWELL H. D. **The Study and Practice of Propaganda** in Propaganda and Promotional Activities – An Annotated Bibliography. de LASSWELL H. D., CASEY, R. D., e SMITH, B. L. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1935, p. 3-27.

MCCLOUD, Scott. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: Makron Books, 1995.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem: Understanding Media**. 1 ed. São Paulo: Cultrix, 1969.

MINAYO, M.C.S. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. São Paulo: Hucitec Editora, 2014

NAZÁRIO, H. R.; REINO, L. S. S.; MANFREDINI, R. **A Hermenêutica de Profundidade e Suas Aplicações**. Linguagens: Revista de Letras, Artes e Comunicação, v. 10, n. 2, p. 288-305, 2016. Disponível em <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/linguagens/article/view/5164>>. Acesso em: 12 mar 2018.

NEUMANN, C. L. N. **Histórias em Quadrinhos e seu modo de refletir a sociedade**, 2013. Disponível em <[https://www.academia.edu/11469538/Histórias\\_em\\_Quadrinhos\\_e\\_seu\\_modode\\_refletir\\_a\\_sociedade](https://www.academia.edu/11469538/Histórias_em_Quadrinhos_e_seu_modode_refletir_a_sociedade)>. Acesso em: 23 abr 2018.

PERRONE, C. *Home Front Friday: Comics and War Bonds*. **The National WWII Museum Blog**, 2015. Disponível em <http://www.nww2m.com/2015/10/home-front-friday-comics-and-war-bonds/>. Acesso em: 17 abr. 2018.

PINHO, J. B. **Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1990. 168 p.

SCOTT, C. A. *Comics and Conflict: War and Patriotically Themed Comics in American Cultural History From World War I Through the Iraq War*. **Loyola University Chicago**, 2011. Disponível em <[https://ecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1073&context=luc\\_diss](https://ecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1073&context=luc_diss)> Acesso em 15 abr. 2018.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23 ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SHEPPARD, N. R. *Invincible: Legacy and Propaganda in Superhero Comics*. **University of New Orleans Theses and Dissertations**, 2014. Disponível em <<https://scholarworks.uno.edu/td/1943/>> Acesso em: 18 abr. 2018.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9 ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2011. Trad. do Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUC-RS.