



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA

CURSO DE BACHARELADO EM HISTÓRIA

LUCIANO ALVES GABARRÃO SILVA

CAPITÃO AMÉRICA: Análise do Filme (2001) e Comic #1 (1941) incorporado à cultura da mídia nos EUA.

ARAGUAÍNA

2017

LUCIANO ALVES GABARRÃO SILVA

CAPITÃO AMÉRICA: Análise do Filme (2001) e Comic #1 (1941) incorporado à cultura da mídia nos EUA.

Monografia apresentada no curso de Bacharelado em História da Universidade Federal do Tocantins - como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharelado em História. Orientador: Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério.

ARAGUAÍNA

2017

LUCIANO ALVES GABARRÃO SILVA

CAPITÃO AMÉRICA: Análise do Filme (2001) e Comic #1 (1941) incorporado à cultura da mídia nos EUA.

Aprovada em: _____

Dr. Plábio Marcos Martins Desidério.

Orientador

Prof^o. Dr. Braz Batista Vas

Examinador

Prof.^o Dr. Dernival Venancio Júnior

Examinador

Dedico esta monografia aos meus pais Rosalina e José, minha irmã Denise, minha avó Maria (se foi, mas deixa muitas saudades) meus grandes amigos Marcos Jr, Jardel e Bhryan, minhas amigas Thays B. Suh, Yara, Denise, professor Plábio.

AGRADECIMENTOS

Sentimentos de gratidão emanam em mim, foram tantas pessoas envolvidas que contribuíram de formas diretas e indiretas, para que chegasse nesse momento de realização pessoal e quanto profissional. E ao ser maravilhoso (DEUS) que apesar de ser teimoso, orgulhoso e entre tantos outros defeitos que possuo, me ajudou incontáveis vezes.

Em especial agradeço minha família, que foram meu suporte me guiaram muitas vezes durante esse percurso, minha mãe Rosalina (Zelina) meu pai José, minha irmã Denise, meu irmão de coração Marcos Junior, minha alma gêmea Thays Berlamino que atuaram de maneira significativa na minha vida, meus parentes, meus primos Ronaldo, Rafael, Maiara, Alexandre e Mariana.

Ao meu grande amigo da faculdade, Jardel meu grande companheiro durante esses 4 anos, sem dúvida sem a participação dele teria postergado mais um tempo na faculdade, sua paciência e sua capacidade de ajudar o próximo foi grande difusor nesse tempo em que tive o prazer de conviver.

Aos grandes amigos que conquistei, Andreza e João Marcos vieram surgir quase ao final do meu percurso na universidade, só acho que deveria ter chegado com uma certa antecedência, Felipe Oliveira, Bhryan, Angelica, Marta minha companheira de tantos momentos, Danilo. Meus amigos que conheci no Rio De Janeiro, Hernesto, Daliane e Raildes. Agradeço aos seres maravilhosos que tive o prazer de conhecer nesses 4 anos, muitos passaram, mas deixaram a sua marca, nomeio a eles Matteus, Hugo, Barbara (Baboo), Ericklys, Rosalva, Lusinaldo, Kelma, Prof. Elson, Bruna, Maria, Christinne, Lidiane.

Ao meu orientador Plábio que me ajudou muito durante minha graduação, além de ser peça fundamental para a conclusão do curso, e aos meus professores que foram grandes guias nessa batalha que enfrentei na universidade em busca do saber, agradeço as professoras Vera, Sariza, Rosária, Martha, Antônia (Geografia), meus professores Dernival, Braz, Dimas, Antunes, Alessandro (Biologia) e meu Xará, Luciano, que foi um grande facilitador.

“A arte só oferece alternativas a quem não está prisioneiro dos meios de comunicação de massas”. (Umberto Eco)

RESUMO

O objetivo deste trabalho tem como perspectiva analisar o filme do Capitão América (2011) e comic #1 (1941) dentro dos estudos culturais de Douglas Kellner, na qual denomina de cultura da mídia. A metodologia aplicada trata-se de uma referência bibliográfica da análise do discurso, com base na Orlandi e Maingueneau que trabalha com a conspeção do ethos, aproximam da análise do discurso de linha francesa. A cultura mídia como estudos culturais, surgiu como maneira de ajudar os indivíduos a diagnosticar e discernir as mensagens produzidas pela indústria cultural, através de sua mensagem, perceber dentro delas o não visível, o não dito, através do visível, com isso os indivíduos possam lançar críticas sobre questionamentos políticos, econômicos, culturais e sociais. Por meio dos métodos utilizados foi diagnosticado forte influência das classes dominantes e do governo dos EUA, na busca de atingir principalmente a classe baixas com objetivo de persuadi-los através dos comics na década de 40, na época foi disseminado principalmente para o público jovem, assim o público leitor poderia contribuir durante a segunda guerra mundial, participando de forma ativa e combativa aos inimigos do país. E o filme que apresenta uma narrativa do passado mais com tendências de questões da atualidade, como autoritarismo dos governantes que são contra os interesses dos EUA.

Palavras - chaves: Capitão América; comic; cinema; cultura da mídia.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the film of Captain America (2011) and comic # 1 (1941) within the cultural studies of Douglas Kellner, in which he calls the media culture. An applied methodology is a bibliographical reference of discourse analysis, based on Orlandi and Maingueneau that works with a conspiracy of ethos, approaching the analysis of French line discourse. A culture such as studying studies and discerning how messages produced by the cultural industry, through its message, perceive within them or not visible, not available, through the visible, thereby read criticizing political, economic, cultural and social issues. Through the methods used to diagnose strong influence of the ruling classes and the US government, in the pursuit of high level with a lower class with the aim of persuading them with comics in the 40s, Thus, the public representative must participate during the second world war, participating actively and combatively to the enemies of the country. And the film that presents a narrative of the past more with issues of current issues such as authoritarianism of rulers who are against US interests.

Keywords: Captain America; comic; cinema; media culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

Figura 1- Ficha de diagnóstico do Steve Rogers.....	23
Figura 2 - Cena da imagem na propaganda do cinema.	26
Figura 3 - Steve Rogers no Painel Espelhado.....	28
Figura 4 - Steve Rogers torna se Capitão América	31
Figura 5 - Os comics como publicidade e propaganda no filme.	32
Figura 6 - Os espiões nazistas	36
Figura 7 - Os Sentinelas da Liberdade do Capitão América.	39

SÚMARIO

1. INTRODUÇÃO	11
CAPITULO 1: ESTUDOS CULTURAIS MUDIÁTICOS POLITIZADOS POR MEIO DA CULTURA DA MÍDIA	14
1.1 Princípios na Cultura da Mídia	14
1.2 Cultura da Mídia no Cenário Cinematográfico	16
CAPÍTULO 2: EXPLORAÇÃO CRITICA DO CAPITÃO AMÉRICA NO FILME (2011) E HQ (1941) POR MEIO DOS ESTUDOS CULTURAIS	18
2.1 Análise do discurso.....	18
2.1.1 O ethos discursivo.....	21
2.2 Capitão América de 2011.	22
2.3 A HQ no jogo político	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS.....	44

1. INTRODUÇÃO

A segunda Guerra mundial (1939 – 1945) possibilitou para os Estados Unidos expandir seus interesses, teve participação de grande número de países envolvidos, polarizada em dois grupos, Eixo encabeçada pelo Japão, Alemanha e Itália, e Aliados liderado pelos Estados Unidos, Império Britânico, França, União Soviética. Com advento da primeira guerra mundial os EUA estabelecem como uma grande potência econômica e militar. Os EUA precisavam divulgar e apresentar os seus ideais, por meio disso surgiram personagens que levantassem a bandeira do país, o Capitão América foi um dos personagens, apareceu pela primeira vez em “Captain America Comics #1” (capa datada de março 1941), da antecessora Marvel Comics da década de 40, Timely Comics, e foi criado por Joe Simon e Jack Kirby.

Dentro dos personagens, o Capitão América representa simbolicamente a personificação dos EUA, com seus valores, morais e éticas, na qual as classes dirigentes definiram, em contrapartida apresenta um jovem fora dos padrões estabelecido da beleza masculina americana e saúde frágil, por entremédio do governo o jovem Steve Rogers consegue obter o padrão de beleza e físico, através do soro experimental produzido pela instituição governamental Americana, que o torna indestrutível para ajudar os EUA na segunda guerra mundial.

Como fantasia usa uma vestimenta que traz a bandeira americana, e armado com um escudo indestrutível com o símbolo do país, sendo utilizado de múltiplas formas, que poderia ser jogado como uma arma. Uma criação intencionalmente patriótica que muitas vezes foi retratada lutando contra os poderes do Eixo, Capitão América foi o personagem mais popular de Timely Comics durante o período da segunda guerra mundial.

A escolha da temática partiu da inquietação de compreender de que forma os quadrinhos além de estar em processo de construção, foi utilizado como meio de comunicação das classes dirigentes e do governo para difundir os seus interesses, compreendendo que os comic veio da perspectiva de acrescentar o entretenimento

dos jovens, o público leitor dominante, na qual se propagou rapidamente indo além das fronteiras americanas.

Também compreender que a produção cinematográfica do Capitão América (2011) veio dentro da segunda guerra mundial, mas trazendo de forma indiretas para os problemas atuais dos Estados Unidos (um cenário que veio sendo desenhado o pós 11 de setembro de 2001, não tendendo visivelmente referência ao atentado) o filme relata o período da segunda guerra mundial, mas sem a presença do grande inimigo da década de 40, Adolfo Hitler, de acordo com a perspectiva do filme, traz uma narração contra o autoritarismo de governos fechados.

Meu objetivo é discutir o Filme do Capitão América (2011) e o Comic #1 (1941) por meio de uma análise do discurso da cultura da mídia, discutir a influência e a construção da performance do discurso, sabendo que o discurso pode ser entendido como imagens, textos, produções audiovisuais, compreender e analisar por meio do discurso as intencionalidades do enunciado, tentar obter dentro do discurso o não dito dentro das entrelinhas.

A metodologia aplicada trata-se de uma referência bibliográfica da análise do discurso, no qual utilizei a perspectiva da Orlandi, através dos seus livros, Análise de Discurso: princípios e procedimentos, Discurso e Texto, por meio de artigos disponibilizados na internet na qual pode compreender superficialmente abordagem do Pêcheux tendo acesso a suas produções, Análise automática do discurso, semântica e discurso.

De acordo com Orlandi (2007) análise de discurso traz como eixo a linguagem, (no sentido mais amplo) e por meio dela se produz uma mediação “entre homem e a realidade natural e social”. Compreendendo que essa mediação é o discurso, Pêcheux (1988) porém o discurso não surge isoladamente, incorporado a ele está presente junções de sujeitos, enunciador e sujeitos que estão presente na reportagem do produto da enunciação estão envolvidos no processo, presente intencionalidade do discurso.

Dentro da pesquisa a concepção do ethos discursivo foi utilizado para analisar os discursos e tentar compreender as performances produzidas, Para Maingueneau (2008) o ethos assume a relação entre o texto e o processo de enunciação, compreendendo a performance ao que está inserido dentro do discurso, o ethos é formado pelo discurso em uma forma enunciativa mais a performance, que tem como objetivo de dá legitimidade a “cena enunciativa”.

O trabalho teve grande influência dos estudos culturais de Kellner (2001), no livro “*A Cultura da Mídia - Estudos Culturais: Identidade Política Entre o Moderno e o Pós-moderno*”, obra está que foi norteadora para a produção da pesquisa, Kellner (2001) discute o papel da mídia e suas influências de persuasão, trazendo contextos sobre as influências textuais e discutindo produções cinematográficas. Dentro do cenário da mídia que é presente as disputas sendo contínuas, porém quem detém do controle são as classes dirigentes que tem poderes econômicos e políticos, e por meio dela são (re) produzidos interesses e programas das classes dominantes.

A concepção de Debord (2003) sobre as produções cinematográficas é muito pertinente na discursão que pretendo realizar, e por meio do seu livro “*A Sociedade do Espetáculo*” desenvolve uma referência sobre espetáculos que ganham cada vez mais investimentos e se aprimora com advento de novas tecnologias, e conseqüentemente atrai mais público, os espetáculos desenvolvem a aparência do real e trazem em se valores básicos da sociedade contemporânea, e assim servem para persuadir os indivíduos no seu modo de vida.

O Trabalho se divide em dois capítulos, no primeiro capítulo irá ser exposto e discussão da ideia de cultura da Mídia e a produção do espetáculo de Debord (2003) com as contribuições de Kellner dentro do cenário cinematográfico, possuindo dois subtítulos tendo a perspectiva de discutir de maneira sucinta.

Segundo capítulo é composto inicialmente pela explanação da análise do discurso, seguindo a compreensão do ethos discursivo, posteriormente começa a discussão crítica sobre o personagem capitão américa, sobre a produção cinematográfica, inserido no contexto imagens de cenas retiradas do filme, em seguida analise do comic.

CAPITULO 1: ESTUDOS CULTURAIS MUDIÁTICOS POLITIZADOS POR MEIO DA CULTURA DA MÍDIA

1.1 Princípios na Cultura da Mídia

Kellner (2001) em seu trabalho, atribui que a cultura norte americana encobrida pela cultura da mídia, é predominantemente comercial. Tal postulação implica que seja seguido, pelo menos, de um exame teórico das relações econômicas subjacentes à cultura comercial. (KELLNER, 2001)

Theodor Adorno e Max Horkheimer, no livro A Dialética do Esclarecimento, publicado em 1947. Foi um dos percursores da “Escola de Frankfurt” que deu origem aos estudos sobre a teoria crítica dos valores capitalistas modernos, na qual eles submeteram a cultura popular é semelhante a uma indústria que produz bens culturais padronizados – filmes, programas de rádio, revistas, etc. - que são usados de maneira submetidos a uma sociedade de massa na passividade. O consumo dos prazeres fáceis da cultura popular, disponibilizados por esses meios de comunicação, torna as pessoas dóceis e de conteúdo, independentemente de suas circunstâncias econômicas (ADORNO, T., HORKHEIMER, 1985) Escola de Frankfurt inaugurou críticas sistemáticas e consistentes sobre a ideologia na indústria cultural (KELLNER, 2001).

Em especial Adorno e Horkheimer foram os primeiros a diagnosticar a importância do qual foi denominado por “indústria cultural” na reprodução das sociedades, em vista de quando chamadas de cultura e comunicações de massa envolve em uma situação central entre as atividades de lazer, dentro dessa relação se torna importante os agentes de socialização, sendo grandes mediadores da realidade nas atividades políticas, em função disso é visível a sua importância, com o intuito de diagnosticar os efeitos econômicos, políticos, culturais e sociais.

Na qual Kellner vai divergir em certos aspectos apresentando deficiências na teoria crítica, no qual concerne com o modelo clássico e original do programa da teoria crítica, a superação de tais limitações entende de uma análise mais “concreta da economia política da mídia e dos processos de produção da cultura; investigação mais

empírica e histórica da construção da indústria da mídia e de sua interação com outras instituições sociais” além do mais os estudos sobre os telespectadores, o público, através da recepção e os efeitos da mídia (KELLNER, 2001).

A reestruturação do plano clássico da Escola de Frankfurt renovaria atuação de atividades crítica cultural, ao se integrar aos avanços contemporâneos da teoria social e cultural da teoria crítica, ademais a separação da Escola de Frankfurt entre cultura superior e inferior deve ser substituído por um esquema que considere a cultura como um “espectro e aplique semelhantemente métodos críticos a todas as produções culturais, que vão desde a ópera até a música popular, desde a literatura modernista até as novelas” (KELLNER, 2001. p 45), temos que perceber e a ter os momentos críticos e ideológicos da cultura em todas as esferas, não limitar se a uma concepção de cultura superior e inferior.

Apesar de que os percursores da indústria cultural, tinham uma concepção parcial, tinham a intenção de “legitimar ideologicamente as sociedades capitalistas existentes e de integrar os indivíduos nos quadros da cultura de massa e da sociedade” (KELLNER, 2001. p 44). Incorporado dentro da sociedade existem “Aparelhos significantes (escola, igreja, mídia, família, etc) têm por função assegurar, garantir e perpetuar o monopólio da violência simbólica, que se exerce sob o manto de uma legitimidade pretensamente natural”. (MATTELART, 2004. p 95).

Incorporados aos estudos culturais Britânicos, com base nos trabalhos desenvolvidos por Gramsci no plano de hegemonia e contra hegemonia, os estudos culturais na contemporaneidade tem funções e destaques importantes, em razão de que as formas e maneiras sociais e culturais dominantes devem ser analisadas, dentro deste processo deve ser alavancada ações e forças “contra-hegemonicas” de resistência (KELLNER, 2001).

“É uma arena de lutas que os grupos sócias rivais, tentam usar com o fim de promover seus próprios programas e ideologias, e ela mesma reproduz discursos políticos, contundentes, muitas vezes de maneira contraditória, não exatamente o noticiário e a informação, mas sim o entretenimento e a ficção articulam conflitos, temores, esperanças e sonhos de indivíduos e grupos que enfrentam um mundo turbulento e incerto” (KELLNER, 2001, p 32).

A cultura é um espaço conflitante, é de grande importância compreender o papel da cultura numa perspectiva de que ela é um território conflitante, perceber as tendências e desenvolvimento de ambas partes nessa disputa (KELLNER, 2001), “esfera pluralista de organizações, de sujeitos coletivos, em luta ou em aliança entre si, [...] o espaço da luta pelo consenso, pela direção político-ideológica” (COUTINHO, 2000, p. 18).

A cultura da mídia se encaixa em todos os aspectos de uma sociedade, que de maneira sedutora modelam os agentes inseridos nela com objetivos mercadológicos, ao decorrer da contemporaneidade se torna indispensável para um exame da sociedade e dentre várias relações que mantém. O resultado da cultura da mídia é uma tentativa de desenvolver um modelo multiperspectivo dos estudos que combinam análise da produção da cultura, com análise textual e audiência, os estudos de recepção no contexto de uma teoria sócio crítica que contextualize a produção cultural e a recepção na sociedade contemporânea.

Dentro da questão política Kellner (2001) diz que a cultura da mídia é um local conflituoso, são travadas batalhas pelo controle da sociedade, os grupos sociais, os liberais, os conservadores, os radicais e defensores do “status quo”, estão todos envolvidos em luta pela busca do poder cultural, buscando seus interesses nos meios informativos, noticiários e no entretenimento, a mídia está inserida dentro do poder. Da mesma maneira de que um discurso político tende a tencionar e estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos “Produz representação que tentam induzir anuência a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver certas ideologias” (KELLNER, 2001. p 81) Ideologia para Kellner se “restringe aos conjuntos de ideias que promovem os interesses econômicos da classe capitalistas” (KELLNER, 2001. p 78)

1.2 Cultura da Mídia no Cenário Cinematográfico

De acordo com livro “A Sociedade do Espetáculo”, o ponto de vista de Debord, desenvolvido no final da década de 60, permanece ainda. Retrata uma cultura consumidora por parte da sociedade, ajustada ao redor da produção e consumo de imagens, e eventos organizados. O espetáculo envolve meios e artefatos que

incorpora os preceitos fundamentais da sociedade atual e serve para culturar os indivíduos no seu modo de vida, assim Debord apresenta uma noção bastante geral do espetáculo, engloba exemplos específicos de espetáculos de mídia e como eles são produzidos, construídos, e funciona na era atual. (DEBORD, 2003)

Segundo Debord (2003) A sociedade no geral é modelada progressivamente pelo espetáculo da mídia. As disputas são crescentemente apresentadas nas telas da cultura da mídia, retratam espetáculos excessivos e intensos de efeitos especiais, cenas aparentemente realistas, escândalos de corrupção de políticos, violência no cotidiano, preconceitos. A cultura da mídia não apenas capta momentos de experiência cotidianas, mas também fornece cada vez mais material para fantasia, sonhos, modelam o pensamento e comportamento, e construindo identidades.

À medida que avançamos tecnologicamente, a mídia tornando-se mais deslumbrante e desempenha um papel cada vez maior na vida cotidiana. Sob a influência de uma cultura de imagem multimídia, os espetáculos cada vez mais sedutores fascina a sociedade de consumo é envolvem na semiótica de um mundo cada vez maior de entretenimento, informação e consumo, que influenciam profundamente o pensamento e a ação. (DEBORD, 2003)

Kellner (2001) vai falar sobre o materialismo cultural, tem como objetivo evidenciar os efeitos da cultura da mídia, reafirmando que as suas “imagens, espetáculos, discursos e signos” exercem efeitos sobre o público, “seduzem, fascina, comovem e posicionam e influenciam seu público”, tendo efeitos materiais e eficaz, a partir daí os estudos culturais têm a perspectiva de analisar de que modos determinados enunciadores afetam o receptor.

Ao trabalhar com os estudos da cultura da mídia deve se perceber as críticas sobre as ideologias hegemônicas, no qual exige que certas posições nos enunciados da cultura da mídia reproduzem ideologias e políticas que são presentes nos conflitos políticos atuais, quando filmes ou músicas populares expressam posições conservadoras ou liberais, enquanto outros expressam posições radicais “Ademais, fazer críticas da ideologia implica analisar imagens, símbolos, mitos e narrativas, bem como proposições e sistemas de crenças”. (KELLNER, 2001. p 81)

CAPÍTULO 2: EXPLORAÇÃO CRÍTICA DO CAPITÃO AMÉRICA NO FILME (2011) E HQ (1941) POR MEIO DOS ESTUDOS CULTURAIS

2.1 Análise do discurso

No trabalho a ser discutido irá ser empregado a Análise do Discurso de linha francesa, fundamentada nas ideias de Pêcheux e Orlandi, na qual Michel Pêcheux (1938-1983) foi precursor na década de 60 quando era pesquisador na École Normale Supérieure (ENS Paris)¹, Leão (2011) diz que Pêcheux baseou-se nos estudos realizados por Canguilhem e Althusser, trouxe importantes contribuições para a linguagem e distinção ao pensar a Ciência da Linguagem, além do mais a linguagem deixa de ser exclusivamente um sistema de regras formais com os estudos discursivos “é pensada em sua prática, atribuindo valor ao trabalho com o simbólico, com a divisão política dos sentidos, visto que o sentido é movente e instável” (BRASIL, 2011, p 172).

“A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”. (ORLANDI, 2007, p. 15)

Orlandi refere-se que objeto de estudo deixa de ser as frases, palavras, textos e não trata apenas de gramática, torna o discurso em si, a interpretação como o todo passa a ser construído socialmente e está em processo de movimentação, observa-se o homem falando.

Análise de discurso de linha francesa estabelece-se como uma disciplina de múltiplas influências, constituída em três áreas de conhecimento, materialismo histórico com a suposição da teoria da formação social, inserido dentro deste aspecto a linguagem e ideologia no processo de enunciação do agente, e a teoria do discurso “como determinação histórica dos processos semânticos”. Tendo a perspectiva de conhecer o caráter histórico da linguagem. “A Análise de discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre homem e a realidade natural e social.

¹ Universidade pública na França com sede no bairro Saint-Germain-des-Prés, fundada em Paris durante a Revolução Francesa (1794)

Essa mediação, que é o discurso” (ORLANDI,2007, pg 15). Análise do discurso não é um sistema de fácil utilização para interpretar independentemente do discurso proferido. (BRASIL, 2011)

“Instituição” da análise de discurso examina o espaço do contraditório nessa “disciplina de entremeio” (ORLANDI, 2008, p. 68), pois a língua tem autonomia relativa e entrada para a materialidade do discurso, o sujeito do discurso não se pertence, ele se institui pelo esquecimento daquilo que o determina: significação do fenômeno da interpelação do indivíduo em sujeito do seu próprio discurso (PÉCHEUX, 1988). “O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana” (ORLANDI, 2007, p. 15).

Uma das primeiras coisas que devem ser observadas na Análise do discurso da linha francesa, que não lida com a língua enquanto um sistema abstrato, mas sim com a língua universal, como formas de significar, com indivíduos falando, “considerando a produção de sentidos, enquanto partes de suas vidas, seja enquanto sujeitos seja enquanto membros de uma determinada forma de sociedade” (ORLANDI, 2007, p 16). A análise do Discurso, dispõe a compreender como um objeto simbólico gera sentidos. E não ficam apenas nas palavras, contudo mantêm relação permanente com o “mundo exterior” nas circunstâncias em que são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos. (ORLANDI, 2007).

Os discursos estão inseridos em processo discursivo contínuo, os sujeitos e os sentidos são instituídos e definidos pela ideologia, de acordo com Pecheux encobre sua existência no interior do próprio funcionamento “a ideologia não afeta o sujeito, ela o constitui” (ORLANDI, 2007)

De acordo com Orlandi (2007) mecanismo da linguagem está entre processos parafrásticos e os polissêmicos. Parafrástico é presente no todo dizer, o dizível, a memória, mas que é caracterizado como o sentido que permanece no decorrer do tempo, não modificam os sentidos, cria várias maneiras de dizer o mesmo sedimentado, o Polissêmico engloba de modo geral o parafrástico, pois representa a multiplicidade dos sentidos, que pode ou não modificar com o tempo, de certa maneira apresenta uma ruptura de processos de significação, de maneira geral a paráfrase é a sede do sentido.

Para SILVA (2008) Análise do Discurso compõem dois aspectos dos dispositivos teórico, o dito e o não dito, presente nos interdiscursos do texto publicitário, charge, filme, este sistema institui numa abordagem do discurso como prática social efeito de sentido entre interlocutores, construindo no movimento em que se interligam o interdiscurso, discurso como estrutura, e o interdiscurso, já-dito em outro lugar. (PÊCHEUX, 1997)

De acordo com Mittmann (1999) o sentido não surge de um desejo imediato de um sujeito enunciador, o discurso já possui sua bagagem, ele não nasce do nada, nasce de uma memória, ele nasce de composição já formulada por outros, ou modifica. Esse exercício de reproduzir ou reformular “não é que necessariamente intencional, consciente, nem imediata [...] Ao contrário, pode ser oculta ao sujeito enunciador”. (MITTMANN, 1999, p. 272)

Para Pêcheux (1997) a composição discursiva entende o lugar de construção dos sentidos, apontando o que "pode" e "deve ser dito". Então é nas entrelinhas, nos interdiscursos, nos desvios entre o dito e não-dito, que se encontra a formação discursiva. (SILVA, 2008)

O não-dito, o implícito no discurso põe a relação de incompletude, ressaltando que os discursos têm uma relação com a falta, o equívoco, lembrando que toda linguagem é incompleta “[...] há uma dimensão do silêncio que remete ao caráter de incompletude da linguagem: todo dizer é uma relação fundamental com o não dizer”. (ORLANDI, 1992, p. 12)

Compreende-se nem os sujeitos, nem os discursos, nem os sentidos estão prontos e acabados, estão em processo de (re)construção de acordo com os símbolos e as histórias, devido a este processo que vivem em construção, o leitor ou pesquisador necessita de aprofundamento maior na produção desenvolvida posterior interpreta - la, compreendê-la com a clareza dos conhecimentos e vivências do leitor, o conhecimento de mundo do interlocutor/leitor, o contexto de produção, partindo do pressuposto de cada sujeito, ao proferir um discurso, relaciona com interdiscurso ou memória discursiva, “[...] memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que

surge como acontecimento a ser lido, vem restabelecer os ‘implícitos’. (PÊCHEUX, 1999, p. 52)

Compreendendo que os sentidos podem ser percebidos numa produção sem estar visível, deve ser percebido na produção o que está dito e tentar olhar o implícito, o que não está verbalizado, mas na qual o contexto pode revelar o não dito, mas está presente na maneira que fica despercebida, guardam informações nas entrelinhas, exemplo existe a “Metáfora do iceberg: como este, todo texto possui apenas uma pequena superfície exposta e uma imensa área imersa subjacente”. (KOCH, 2013, p. 30). O dito e não dito são distintos, mas o dito é crucial para o não dito, ambos se entrelaçam, através do dito pode ser percebido o não dito.

O discurso não aparece isoladamente, mas está ligado a uma junção de sujeitos, o enunciador e sujeitos que estão presente na reportagem do produto da enunciação estão envolvidos no processo, na qual há uma intencionalidade do discurso, que produz um “(...) efeito de sentido entre interlocutores” (PÊCHEUX, 1988).

2. 1.1 O ethos discursivo

Para Maingueneau (2008) A concepção de ethos discursivo expande a compreensão sobre a relação entre texto e processo de enunciação, e os sujeitos participam de tal procedimento de enunciação quando estão inseridos na “cena enunciativa” conseqüentemente, o sujeito faz se detentor do discurso e se remete a ele, ethos está ligado à própria enunciação.

Ao examinar o modo de constituição do ethos discursivo; dentro desta perspectiva há regras a seguir. I) o discurso é uma organização situada para além da frase; II) o discurso é orientado; III) o discurso é uma forma de ação; IV) o discurso é interativo; V) o discurso é contextualizado; VI) o discurso é assumido por um sujeito; VII) o discurso é regido (MAINGUENEAU, 2008).

“A problemática do ethos pede que não se reduza a interpretação dos enunciados a uma simples decodificação; alguma coisa da ordem da experiência sensível se põe na comunicação verbal. O co-enunciador faz mais que decifrar conteúdos: ele participa do mundo configurado pela

enunciação, ele acede a uma identidade de algum modo encarnada, permitindo ele próprio que um fiador encarne. O poder de persuasão de um discurso deve-se, em parte, ao fato de ele constranger o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, seja ele esquemático ou investido de valores historicamente especificados” (MAINGUENEAU, 2008, p. 29)

O ethos tem uma função ampla, não fica apenas na interpretação dos enunciados de maneira simples, presente também na experiência sensível (a percepção) se coloca na comunicação verbal “As ideias” suscitam a adesão por meio de uma maneira de dizer que é também uma maneira de ser. Apanhado num ethos envolvente e invisível”. (MAINGUENEAU, 2008, p. 29) Co-enunciador não apenas decifra enunciados, mas exerce uma identidade ao incorporá-lo, o autor revela que o ethos é uma encenação daquele discurso, indo além de uma performance, materializando o discurso, todo o discurso necessita de uma encenação, e todo discurso precisa do ethos.

O discurso não aparece isoladamente, mas está ligado a uma junção de sujeitos, o enunciador e sujeitos que estão presente na reportagem do produto da enunciação estão envolvidos no processo, na qual há uma intencionalidade do discurso, que produz um “(...) efeito de sentido entre interlocutores” (PÊCHEUX, 1988, p.17)

Dentro desta perspectiva, notamos os interesses através de uma análise do discurso, percebendo as questões de persuasão no âmbito da política, cultura e social comunicativa, podendo diagnosticar uma subjetividade, através dessa perspectiva supõe que as imagens tendem a serem grandes enunciadores, legitimando a imagem como a própria história. Contudo, a imagem possui valores que convergem muito, elas não ilustram, nem reproduzem a realidade, mas condiz com o papel da imagem uma linguagem própria, no qual é produzida num dado contexto histórico.

2.2 Capitão América de 2011.

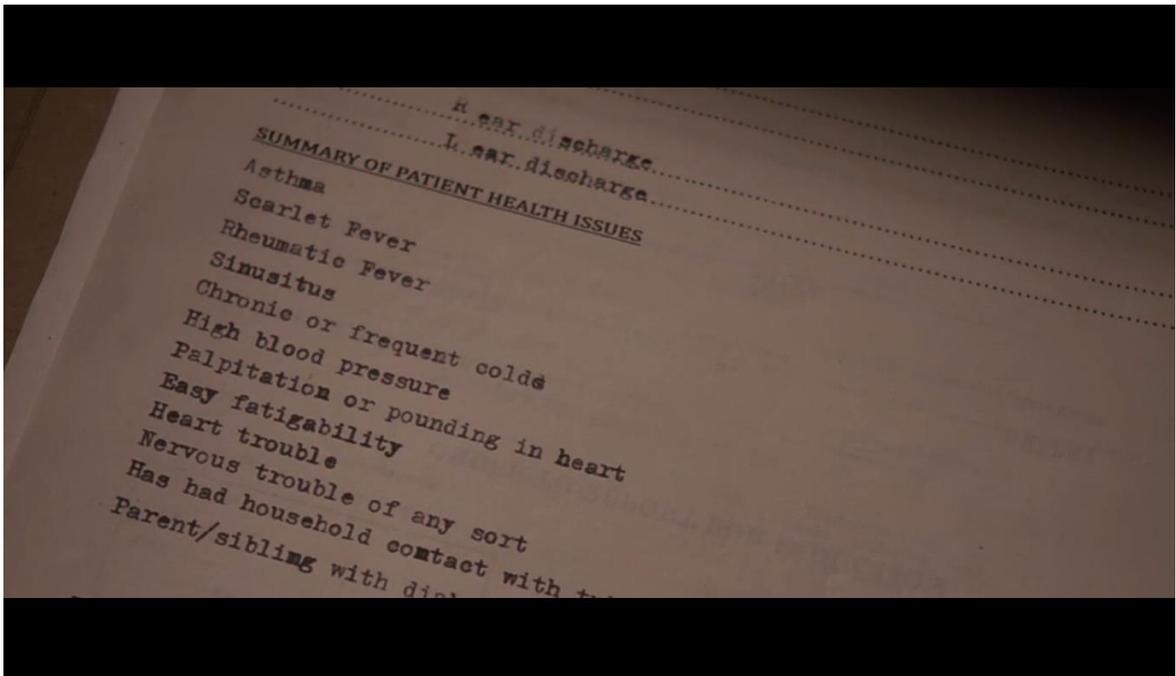
Há uma grande diferença entre o que é exposto no comic #1 e do filme de 2011, a diferença se dá principalmente pela mudança cultural e tecnológica ocorrido durante os 70 anos que separa o primeiro HQ lançado pela Timely comic do filme pela Marvel studios.

A produção cinematográfica veio complementar a histórias em quadrinhos de 1941, um destes aspectos é a historicidade do sujeito que viria a se tornar o capitão América. A sua primeira aparição no filme é no ponto de recrutamento para o exército norte-americano, no qual foi recusado pela quarta vez, por ser um jovem adulto franzino e doentio.

Figura 1- Ficha de diagnóstico do Steve Rogers

“Summary of patient health issues

Asthma; Scarlet fever; Rheumatic Fever; sinusitis; Chronic or frequente colds; High blood pressure
Palpitation or pounding in heart; Easy fatigability; Heart trouble; Nervous trouble of any sort; Has had household contact with ...Parente/ sibling with dis...”²



Fonte: Capitão América o primeiro vingador (2011)

A imagem apresenta a ficha de seleção do Steve Rogers com vários diagnósticos patológicos, que o personagem possuía, doenças que impossibilitaria o seu ingresso no exército ou até mesmo em outros cargos. De acordo com as intenções do estado, indivíduos fora dos requisitos para admissibilidade dariam altos prejuízos

2 Tradução “Sumário dos problemas de saúde do paciente

Asma; Escarlatina; Febre Reumática; sinusite; Resfriados crônicos ou frequentes; Pressão alta Palpitações ou pontadas no coração; fatigabilidade fácil; Problema cardíaco; Problemas nervosos de qualquer tipo (restante incompleto).”

econômicos e estratégicos. A intencionalidade de um personagem ser tão frágil, doentio e além de sua forma física está fora dos padrões estabelecido pelo governo, promove uma imagem de indivíduo penoso.

Vale ressaltar a cultura da sociedade onde o Jovem Steve Rogers cresceu na década de 20, era um mundo que os fármacos, os medicamentos como antibióticos não foram amplamente utilizados até a guerra segunda guerra mundial, estavam surgindo os avanços genéticos (BITTENCOURT, CAPONM, ALUF, 2012)

“Enquanto se admite no mundo político. De maneira geral, que o discurso aí manifestado está intimamente ligado ao poder e, por conseguinte á manipulação, o mundo das mídias tem a pretensão de se definir contra o poder e contra a manipulação. Entretanto, as mídias são utilizadas pelos políticos como um meio de manipulação da opinião pública – ainda que o sejam para o bem-estar do cidadão; as mídias são criticadas por constituírem um quarto poder; entretanto, o cidadão aparece com frequência como refém delas”. (CHARAUDEAU, 2007, p. 17)

De acordo com Charaudeau no contexto geral o discurso está ligado ao um poder que tem como objetivo e intenção de manipulação, e as mídias têm a pretensão de criar uma narrativa em que se opõe contra o poder e contra manipulação, mas elas são as enunciadoras dos políticos, das grandes corporações industriais, através da grande estrutura que possui e que são patrocinadas pelos interlocutores, para persuadir a opinião pública.

O discurso presente no contexto evidencia uma vida difícil, cheia de dificuldades e limitações com a saúde. Os Estados Unidos precisam de todos para um bem maior ao invés de problemas relacionados com a vida pessoal, trazendo para o foco pessoas que se sentiam excluídas socialmente por terem dificuldades, pessoas que não se sentiam representado por um modelo de perfeição, trazendo estes indivíduos a se envolverem com o problema maior, que é a nação americana.

Steve Rogers por coincidência ou não nasceu em 4 de julho de 1920, data em que se comemora a independência dos estados unidos, em Lower East Side de Manhattan, cidade de New York, pais imigrantes irlandeses. Seu pai morreu quando Steve era apenas uma criança e sua mãe morreu de pneumonia enquanto Steve era adolescente. No início de 1940, Rogers é um estudante de artes plenas, especializado

em ilustração. Perturbado pela ascensão do Terceiro Reich, Rogers tenta alistar, por não atender os requisitos básicos para o seu ingresso não consegue entrar no exército.

A imagem na próxima página, mostra a participação de todos os indivíduos da sociedade indo alista se, Steve Rogers vai ao cinema, antes de começar o filme, o telão do cinema apresenta a propaganda do governo Americano, mostrando a importância da participação de todos, frisando aos jovens e adultos a alistar se no exército. Os jovens que não se encaixam no perfil do soldado americano, o governo designava a outras funções, os indivíduos que não estariam em campo de batalha, mas poderiam estar comprometidos com a responsabilidade do crescimento do país. A apresenta um pobre garoto retirando a sucata e limpando a bagunça deixada pelas batalhas em campo.

“Nos Estados Unidos e na maioria dos países capitalistas a mídia vinculava uma forma comercial de cultura, produzida por lucros e divulgada à maneira de mercadoria a comercialização[...] a cultura da mídia [...] promove os interesses das classes que possuem e controlam os grandes conglomerados dos meios de comunicação, seus produtos também participam dos conflitos sociais entre grupos concorrentes e veiculam posições conflitantes[...] a cultura veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socializações suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a igreja como árbitros de gosto, valor, pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento”.
(KELLNER 2001. p.27)

A vista disto é visível que os meios de comunicação têm como objetivo dentro da imagem do filme de persuadir e levar um produto cultural produzido, financiado pelas classes dominantes com a intenção de que as classes baixas sejam consumidoras de seus produtos e valores culturais, no caso ativamente mais prejudicial quando envolve questões na formação da opinião pública. Nesse quesito, os meios de comunicações quase sempre têm agido sem nenhum conhecimento científico; estes mecanismos de dominação ideológica e hegemônica são pré-determinados e pré-impostos, notoriamente é passado para o público.

O forte capitalismo dos Estados Unidos tende a financiar a mídia com finalidade de expandir seus interesses culturais, atingindo fortemente de maneira sedutora, tencionar e modelar os receptores com valores difundidos por esses emissários.

Figura 2 - Cena da imagem na propaganda do cinema.



Fonte: Capitão América o primeiro vingador (2011)

A imagem mostra uma multidão saindo de suas residências, enchendo a rua indo alistar se no exército Norte Americano, é visível que são de classes sócias diferentes através das roupas, usando ternos, coletes, camisetas sócias, mas seguindo um padrão de vestimenta masculina da época, aparentemente cada um segue profissões diferentes, trabalhadores de fábricas, autônomos, em escritórios e consultórios, nesta imagem mostra a exclusão do negro, que trabalharia no exército em funções menos prestigiadas do que os brancos. Considerando que alguns estados não alistavam negros.

No mesmo momento em que passa a propaganda no cinema um valentão diz *“Who Cares...Play the movie already³”* no qual a todos ficam perplexos e assustados com aquela ação, no qual a propaganda sensibilizou os demais no local, por serem imagens comovedoras da população solidarizando. Steve Rogers diz *“Hey, Wanna show some respect⁴?”*. Na propaganda continua a passar dizendo o narrador *“The*

3 *“Who Cares...Play the movie already”* é uma frase inglês no qual faz diz “A quem se importa, comece o filme logo”.

4 *“Hey, Wanna show some respect”* diz “Ei, mostra algum tipo de respeito”

*price of freedom is never too high (...) no matter the size*⁵. EUA leva a todo instante o discurso da liberdade sempre ressaltando a importância dela para a sociedade.

Kellner (2001) Cultura da mídia veio fortalecer os ideais e perspectivas norte-americanas, principalmente com advento de novas tecnologias, que transformaram as relações sociais. As novas tecnologias dinamizaram a comunicação e a moralidade dos jovens passa pela mídia, disponibilizando novas formas de acesso às informações e delegando novos signos e valores culturais sobre sociedade, ressignificando as relações culturais propagando suas imagens e codificando a relação familiar, ditando comportamentos e estilo de vida.

Após o cinema Rogers e o valentão vão se enfrentar no beco, por ser franzino entre outras características que lhe faltam para enfrentar o rapaz alto e forte, ele é golpeado a todo o momento, mas a atitude do Rogers naquele momento chama atenção, independente da surra e aparentemente todo machucado, ele se mantém de pé para a luta, mostrando o lado determinado com os ideais da nação americana, por aquele valentão desrespeitar seus compatriotas nas batalhas em que enfrentam na segunda guerra mundial.

No evento *World Exposition of Tomorrow*⁶ representa o desejo norte-americano em busca de novas tecnologias principalmente com escopos militaristas, dentro deste cenário é presente a pressão do governo com o cartaz do tio Sam, "*I want you for us army*"⁷ o qual o jovem Rogers observa.

A pressão criada pelo governo difundiu-se perante a sociedade, e ele se cobra muito a todo momento, aparentando frustração, um olhar fundo sem muita expressão, cabisbaixo, demonstrando uma melancolia, Rogers vive obcecado a entrar no exército. CHOMSKY (2014) diz que "propaganda política patrocinada pelo Estado, quando apoiada pelas classes instruídas e quando não existe espaço para contestá-la, pode ter consequências importantes".

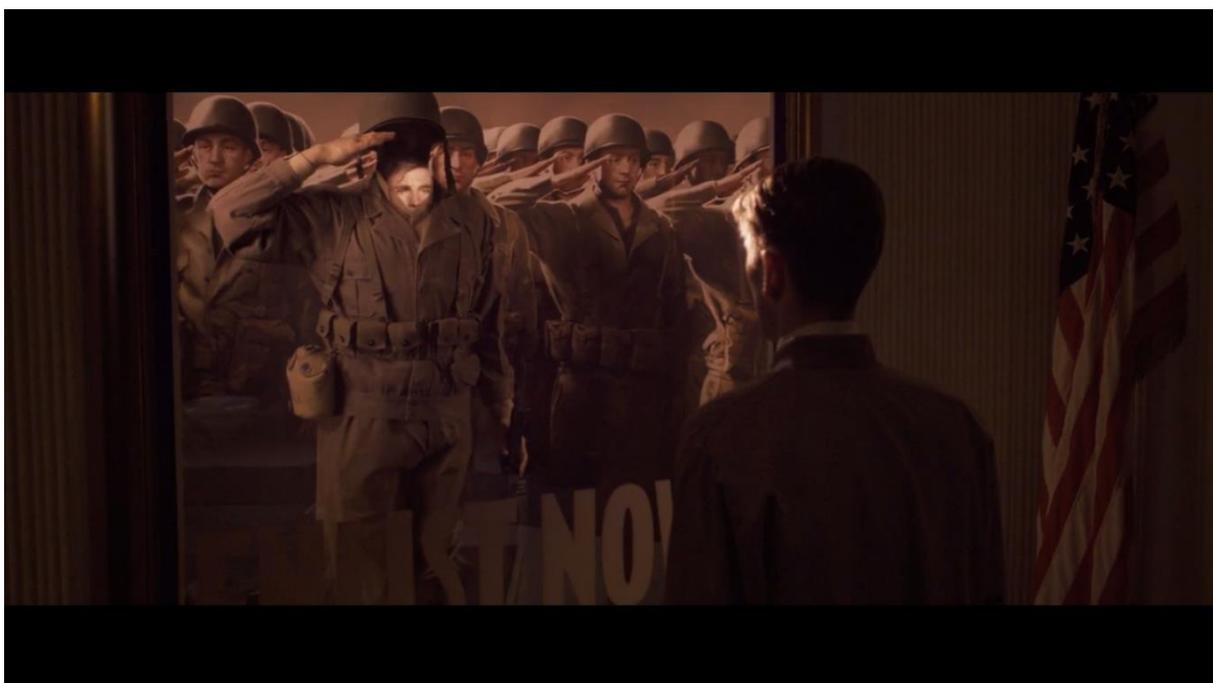
5 "The price of freedom is never too high (...) no matter the size" diz "O preço da liberdade nunca é alto (...) não importa o tamanho".

6 "World Exposition of Tomorrow" significa em português "Exposição mundial do futuro".

7 Significa em Português "Quero você para o nosso Exército"

Para Kellner (2001) a cultura da mídia é um espaço conflitante, principalmente entre classes sociais que se opõe aos interesses disseminados pelos meios de comunicação a serviço da classe dominante.

Figura 3 - Steve Rogers no Painel Espelhado



Fonte: Capitão América o primeiro vingador (2011)

A imagem mostra o jovem Steve Rogers em frente ao painel espelhado com imagens de soldados em forma de reverência, na qual o soldado principal que fica localizado na frente está sem rosto, mas no lugar, é um espelho para que o indivíduo ao se posicionar veja seu reflexo, logo abaixo está escrito “ENLIST NOW” fazendo referência a *alistar se agora*. Porém, apenas uma parte da sua cabeça, a testa, reflete no painel, no pescoço do soldado, forma de exclusão daqueles que não tem a estatura e forma física de um soldado, iluminando apenas a parte que refletiu no painel, o personagem apresenta um olhar profundo e estigmatizado.

A postura do personagem apresenta uma certa melancolia, expressão triste, e de fracasso, ao mesmo tempo apresenta o personagem focado e destemido com seu

objetivo de ingressar no exército. Logo em seguida Rogers e Bucky (seu amigo) conversam sobre outras oportunidades que o jovem Rogers pode conseguir.

Bucky: *⁸There are so many important jobs.*

Steve: *What do you want me to do?*

Collect scrap metal in my little red wagon?

Bucky: *Yes. Why not?*

Steve: *I'm not gonna sit in a factory, Bucky, come on, there are men laying down their lives, i got no right to do any less than them. That's what you don't undersatnd. this isn't about me.*(Capitão América, 2011, 13:45 – 14:00 min)

No diálogo Bucky questiona Rogers a procurar outros meios de ocupação, como um emprego, no qual diz que tem muitos empregos importantes, Rogers questiona-se ser catador de sucatas é importante, Bucky diz que é importante sim, Rogers diz que não sentará numa fábrica enquanto homens estão dando suas vidas, ele diz que não tem esse direito de fazer menos do que isso, e interroga Bucky dizendo que não sabe nada sobre ele.

Dr. Abraham Erskire é o cientista que desenvolveu a fórmula do super-soldado, e ficou observando o diálogo, Steve Rogers vai em busca de tentar se alistar novamente no exército sendo a sua quinta tentativa. Dr. Erskire ao presenciar a conversa entre Rogers e Bucky dá uma oportunidade de ingressar no exército, porém sendo como uma cobaia do seu experimento.

No recrutamento do exército, certas atitudes chamam atenção sobre o jovem Rogers demonstra ser um rapaz muito esperto, inteligente e corajoso, quando general propôs a quem pegar a bandeira que estava num mastro de uma elevada altura, disse que havia 17 anos que ninguém tinha pegado bandeira do mastro, aquele que conseguiria pegar uma carona com a agente que estava escoltando a tropa, os soldados tumultuaram e assim ninguém conseguiu pegar, exceto o jovem Rogers que desmontou o suporte do mastro deixando cair ao chão e conseqüentemente pegou a bandeira.

8

Tradução da legenda do filme

Buck: por que quer lutar? Tem outros empregos.

Steve: Quer que eu cate sucatas?

Buck: Sim, Por que não?

Steve: Não ficarei em uma fábrica, Buck, há homens, sacrificando suas vidas.

Não tenho o direito, de fazer menos do que eles, você não sabe nada sobre mim.

Outra atitude ocorreu quando um oficial de alta patente questiona a escolha do Dr. Erskine pelo Rogers, oficial indicou um soldado tipo valentão, alto, robusto em músculos e forte, então o oficial realiza um teste, jogando uma granada no momento em que estavam realizando exercícios, o valentão em que oficial estava a indicar logo se escondeu atrás de um carro, os demais correm com medo, Rogers agindo de forma corajosa e destemido se joga por cima da granada.

Ambas atitudes do Steve Rogers tem a intenção de objetivar de que possui características de um herói, apesar de não ter até então força, nem poderes, nem porte estético de um, mas suas características pessoais pertencem a tal, “herói é quem leva a coragem ao máximo a ponto de sacrificar a própria vida por uma causa maior”. (LIMA; SANTOS, 2011.p 03).

Heroísmo e herói foram se desenvolvendo no decorrer das eras, um dos primeiros relatos de Herói surgiu com advento da idade antiga, na mitologia grega, de lá para cá veio ganhando definições e características foram agregando e desconstruídas. Brombert desenvolveu um resumo com vários autores em diversas temporalidades sobre as características heroica.

Friedrich Schiller acreditava que o herói encarna um ideal de perfeição moral e enobrecimento. (“Veredlung”). Thomas Carlyle via os heróis como modelos espirituais guiando a humanidade, e portanto merecedores do “culto do herói”. Joseph Campbell, em nossos dias, descreveu o herói de mil faces como capaz de “autoconquistada submissão” e pronto a dar a vida por alguma coisa maior do que ele mesmo. [...] Para Johan Huizinga, o herói era apenas um exemplo superior de homo ludens. [...] Sigmundo Freud, de maneira menos lúdica, embora também destacando a competição, ofereceu uma visão mais sombria. Em Moisés e o Monoteísmo definiu o herói como alguém que enfrenta o pai e “no fim suplanta-o vitorioso”, e ainda menos tranquilizadamente (a noção de parricídio não é nada edificante) como um homem que se rebela contra o pai e “mata-o de um modo ou de outro”. [...] Joseph Conrad [...] sugere que a “treva” é o domínio privilegiado da alma heroica. A finalidade entre o herói e as zonas obscuras tem sido expostas muitas vezes. Paul Valéry afirmou que tudo que é “nobre” ou “heróico” está forçosamente vinculado à obscuridade e ao mistério do incomensurável, ecoando a observação de Victor Hugo a respeito do obscurecimento legendário (“obscurcissement légendaire”) cerca a figura do herói. (BROMBERT, 2001, p. 18-19)

Através da citação vimos que há uma enorme definição de heróis com vários autores, cada um dentro da sua temporalidade, levantando principalmente a concepção de herói de diversas características, definições que vai como algo espiritual capaz de guiar a humanidade, herói que daria sua vida para um bem maior,

mas a outros que definem herói como um ser mais contido que não expressa opiniões exaltadas apresentando como algo lúdico de uma maneira de refúgio em que as pessoas buscam, além de apresentar o herói como algo obscuro que seria capaz de matar seu pai.

O termo herói designa o termo entre algo que foge do comum sendo superior aos homens, chegando a uma dimensão semidivina, "na medida em que representam facetas e virtudes que o homem comum não consegue, mas gostaria de atingir tais como bravura, coragem, superação, nobreza e força de vontade". (LIMA; SANTOS, 2011.p 08)

Um herói num contexto contemporâneo quase unânime é reconhecido por seus feitos, na qual se obtêm admiração pelos seus feitos de coragem, além de possuir uma reputação de carácter, um verdadeiro herói sempre tem que enfrentar as dificuldades para garantir a ordem e proteger sua nação.

Figura 4 - Steve Rogers torna se Capitão América



Fonte: Capitão América o primeiro vingador (2011)

Logo então Steve Rogers é submetido ao teste criado pelo Dr. Erskine e por meio dele obtêm a estética heroica, com super força, alto, musculoso, curando-se de todas as suas patologias, até suas expressões faciais se tornaram mais enérgicas demonstrando uma maior estima, maior desenvoltura com as relações sócias, deixando de ser cabisbaixo.

O Steve Rogers que passara a se chamar de Capitão América, com o sucesso da experiência, e com o assassinato do Dr. Erskine, o Capitão América sobre influência e controle do senador passa a trabalhar em espetáculos, sendo o garoto propaganda dos Estados Unidos da América, tendo participação em filmes, musicais e nos comics, foi uma medida para evitar que o único que tomou o soro do super-soldado não vá a guerra armada, com isso possa a estudá – lo no laboratório para tentar descobrir a fórmula, e ao mesmo tempo teve um grande papel na mídia, para encorajar a sociedade.

Figura 5 - Os comics como publicidade e propaganda no filme.



Fonte: Capitão América o primeiro vingador (2011)

A imagem apresenta a exclusão do gênero feminino como público leitor, do outro lado mostram garotos, negro, brancos e ruivo, mostrando a diversidade racial e social através das vestimentas que vão de terno, coletes e camisas, em frente a uma

banca de revistas, vendo os comics do Capitão América. A outra imagem mostra um soldado sobre uma maca, com uma arma ao lado, possivelmente em um campo de guerra lendo o comic, ambas as imagens mostram indivíduos contentes, e como fórmula de propaganda e entretenimento as crianças e jovens adultos que passam a ler os comics.

O Filme ao mostrar essas cenas, apresenta uma historicidade do tempo em que o Capitão América no auge do seu surgimento, em plena segunda guerra mundial na década de 1940, conquistaria seu território nas mídias com as revistas que a Timely Comic criou em 1941.

Além disso, o encerramento de um "final feliz" situa nos filmes de Hollywood uma tradição de aventura e a vitória sobre os inimigos dos EUA, codifica o Capitão América como uma salvação produzida pelo governo capaz de derrotar os nazistas, ou quaisquer outros inimigos que há de vir. Não se sabe sobre a vitalidade dele, mas esteticamente possui idade de vinte e pouco ou seus trintas, mas sua idade é de noventa e sete anos, remete que o grande herói Americano apesar da sua idade é capaz de ser um grande recurso posterior, sabendo que não envelhece.

Além disso, a teoria do cinema contemporânea insiste em que seja explicitamente explicada a ideologia fílmica e as formas que o filme apresenta posições políticas específicas, além de atender a forma cinematográfica e narrativa, para as formas pelas quais o aparelho de cinema transforma os discursos sociais e reproduz a ideologia. A ideologia do filme é transmitida através de imagens, cenas, códigos genéricos e a narrativa como todo e por efeitos especiais e ângulos da câmara (KELLNER, 2001).

O posicionamento da câmara e a iluminação ajudam a moldar Chris Evans ator que interpreta o Capitão América, como um herói mítico no filme, Abundância de ângulos de câmara inferiores apresentam Capitão América como um grande soldado forte e destemido e close-ups (tomada em que a câmara, faz aproximação ou focaliza apenas uma parte do personagem) frequentes apresenta como um ser humano maior do que a vida. Concentre-se em seu bíceps reluzente, seu corpo esculpido, e físico poderoso apresenta-o como um ícone sexual, como uma figura de virilidade, que

promove admiração feminina pela força masculina e talvez fascínio homo-erótico com o soldado. (KELLNER, 2001)

2.3 A HQ no jogo político

A arte sequencial, tem o sentido de contar histórias por meio de imagens, arte sequencial é presente na história, com os homens que viviam nas cavernas, com as artes gregas, e os desenhos egípcios, porém a sua chegada em jornais e revistas foi sendo desenvolvida ao longo do século XX. Naquela época não era tão democrático a todos na sociedade (LAYTYNHER, 2011) no sentido que nem todos tinham acesso, surgiu como comics, que eram Histórias cômicas, os comics era um dos poucos meios de que circulava principalmente com público jovem e adultos.

“A HQ, ainda que identificada pela imagem invariavelmente vem acompanhada do texto, do elemento linguístico, que se funde com a imagem e forma o código narrativo quadrinizado. (...) A linguagem articulada forma um elemento suficiente para a comunicação. Pode suportar sozinha a função narrativa. Frequentemente se une a imagem, alternando com ela função de dominância e complementaridade”. (CAGNIN, 1975, p.119)

Dentro desta perspectiva Cagnin (1975) traz a concepção de que a imagem associada com textos desenvolve elementos linguísticos em que se forma em códigos narrativos que por sua vez são suficientes para a comunicação, a relação com a imagem pode ser de aspecto dominante ou complementar.

Os "super-heróis" foram criados dentro do cenário dos quadrinhos através deste aspecto merecem ser história aparte dos quadrinhos, especialmente porque a maioria dos quadrinhos hoje em dia são sobre super-heróis, podem dizer que um super-herói é alguém com habilidades e poderes extraordinários. “Homens musculosos em roupas de cores vivas, mostrou realizar feitos notáveis de força e derrotar vilões estranhos um após o outro. Os heróis também tinham todos os traços que um jovem poderia sonhar: velocidade, força, poder e conhecimento” (BONGCO, 2000, p.86 – 95. Tradução própria).

Os super-heróis podem ser caracterizados como tendo super força, capacidade de voar ou através de objetos mágico. A maioria provavelmente diria que

os super-heróis geralmente são Homens brancos, construídos e atraentes. Muitos também usam fantasias ou máscaras que escondem sua verdadeira identidade enquanto vivem em uma vida dupla. Todas essas descrições dão uma descrição estereotipada do que um super-herói. O capitão América certamente entra dentro da descrição estereotipada de um super-herói.

Porém os super-heróis em geral, não representam a leis oficiais e nem são agentes que executam, mas age com os conjuntos de valores e tradições da nação em que defende REYNOLDS (1992) mostra o que o Capitão América representa: os ideais consagrados nos EUA. A entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial deu aos super-heróis um novo conjunto de inimigos, e iniciou um grande impulso para super-heróis patrióticos.

Trabalhar com quadrinhos como meio de comunicação requer uma observação sobre o local de discurso e a natureza do interlocutor, também é de boa valia a percepção do interlocutor e as mensagens da indústria cultural particularmente as indústrias que distribuem aos leitores. A presença de conteúdos ideológicos como em qualquer meio de comunicação ou interlocução são inevitáveis, nas obras em quadrinhos não deixam de ser exceção.

A HQ era presente na vida social dos jovens, com a necessidade de abrir mais o campo da mídia para os interesses Norte-Americano, uma vez que personificavam em um herói todos os ideais em que o governo e a classe dominantes carregavam em sua moral e ética, nitidamente é visível o ar de desprezo e arrogância com as demais nacionalidades e culturas.

“Nos Estados Unidos, a pátria faz-se sentir por toda parte. É objeto de anseios desde a aldeia até a União inteira. O habitante liga-se a cada um dos interesses de seu país como aos seus próprios. Glorifica-se na glória da nação; no triunfo que ela obtém, julga reconhecer a sua própria obra e nela se eleva; rejubila-se com a prosperidade geral da qual tira proveito. Tem por sua pátria um sentimento análogo àquele que experimentamos pela família, e é ainda por uma espécie de egoísmo que se interessa pelo Estado”. (TOCQUEVILLE, 1998, p.79).

De acordo com Tocqueville (1998) O patriotismo desencadeia nos Norte-Americanos um sentimento de democracia, desperta a união entre eles, a união entre as cores bandeira dos Estados Unidos da América, é presente em todos os lugares

do país, azul, vermelho e o branco juntos formam uma identidade, na qual é denominada de Americana, com *laissez-faire*⁹ sendo norteador dessa política de identidade Norte-americana

O personagem do Capitão América traz esse patriotismo declarado, como o próprio nome do herói demonstra, a sua essência. O Capitão América é o jovem Steve Rogers, um rapaz de saúde frágil repetidas vezes rejeitado para o serviço militar. Embora não tenha condições de servir no exército Americano, Rogers almeja ir para a linha de frente a fim de combater o totalitarismo das potências do eixo não porque odiasse os alemães, os italianos e/ou os japoneses, mas porque, os inimigos eram contra os interesses da indústria.

Figura 6 - Os espões nazistas



Fonte: Captain America Comic#1, p 3. março.1941

Esta imagem mostra um oficial Alemão explodindo uma fábrica Americana, com a legenda logo abaixo “A onda de sabotagem e traição resultante paralisa as indústrias

9 Laissez-faire é uma expressão em francês que dá o sentido mais natural do capitalismo, mercado deve funcionar livremente, sem interferência, apenas com regulamentos suficientes para proteger os direitos de propriedade.

de defesa” as fábricas e indústria é que dão estabilidade econômica e social para a sociedade e governo.

Esta imagem representa o valor e preocupação da sociedade e do governo com as indústrias, através da cultura da mídia fortificou o patriotismo que possibilitou velozmente a sua vitória na segunda guerra mundial, com as campanhas midiáticas a favor da defesa da indústria e do livre comércio obteve grande desempenho e se difundiu em todos os meios de comunicação.

“Compreenderemos as HQs, [...] como um gênero secundário complexo e contemporâneo do discurso, visto que são uma manifestação social produzida em condições sociais específicas. A importância de entendermos as HQs como um gênero discursivo secundário vai além de uma ação classificatória; compreendemos que as HQs se constroem em situações de práticas sociais complexas, demandando que os seus leitores possuam certo conhecimento prévio desse gênero para bem conseguir lê-las”. (COSTA; 2009, p. 07)

As HQ's possuem um cenário complexo de discussão com problemáticas contemporâneas, sabendo que são manifestação social desenvolvida dentro de uma conjuntura social específica, então é fundamental compreendermos o universo das HQ's, com um gênero secundário discursivo de questões que podem ser levantadas sobre contexto da nossa contemporaneidade, conhecimento prévio é de grande importância para identificar estas discussões.

O capitão América inicialmente criado para entretenimento dos EUA durante a segunda guerra mundial, tendo em vista a manifestação social da sociedade americana, alvo claramente definido na promoção dos valores e na difusão da sua política internacional apresentando invencibilidade até mesmo contra o inimigo mais letal do período da guerra, estampando a capa na primeira revista, dando o soco na cara do Adolf Hitler, lançada em Março de 1941, impactou a todos, tornou altamente propagandístico desde sua criação.

Steve Rogers foi escolhido dentre os voluntários para ser a primeira cobaia de um experimento científico no qual um soro injetável que tinha como possível resultado a transformação de um homem em um super soldado de guerra. Seu caráter e disposição a se sacrificar pelo bem da sua nação influenciou totalmente a escolha e após submissão do experimento subsidiados pela instituição governamental

Americana Rogers se torna o Capitão América, tendo destaque diferentemente de os outros heróis que tinham poderes inerentes, ou tiravam seus poderes de algo que era produto de sua própria genialidade, ou através de algo místico e mágico, Rogers ganhou sua força e velocidade extraordinária de um experimento científico do governo Americano.

Um detalhe relevante sobre o Capitão América é que, ele não tem realmente uma identidade secreta: o fato de que Steve Rogers é Capitão América é um fato aberto, e todas as ocasiões do herói não se tratam de expor-se como Steve Rogers, mas sim dar um rosto por trás da máscara, apresentando a identidade norte-americana. Diferentemente dos outros heróis, como Peter Parker que é um jovem que tem uma vida social e profissional, tem a intenção de preservar a sua identidade secreta de Homem-Aranha, Clark Kent que é Super-Homem tem as mesmas especificidades do Homem-Aranha apesar de ser um homem mais adulto. Ambos têm uma vida social quase comum tirando a vida secreta de super-heróis, não querem abrir mão de suas vidas sociais e profissionais como o Capitão América.

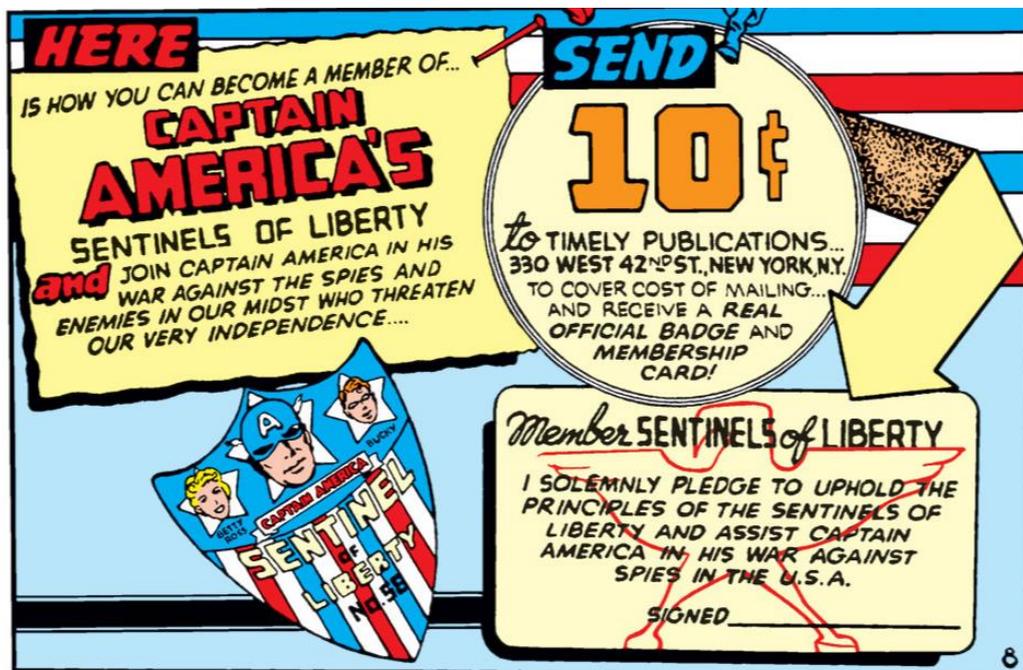
O ambiente político da época, no decorrer da Segunda Guerra Mundial serviu como instrumento de propaganda tanto dentro quanto fora dos quadrinhos. Enquanto no “mundo real” o personagem, bem como nesse período, protagonizava propagandas de recrutamento, dentro das suas histórias o herói era também uma peça publicitária. Devido a sua origem: pouco após o primeiro teste científico, o criador da fórmula do soro injetável, Abraham Erskine, é assassinado por um espião nazista, e junto com o doutor, perde-se a fórmula.

“Seu primeiro ato como Capitão América é vingar a morte de Erskine. Depois, ele cria um traje que é uma colagem de elementos míticos: botas e luvas de mosqueteiro, capuz decorados com asas de Mercúrio, cota de malha do rei Arthur, calços atléticos do Super-Homem e um escudo da guarda pretoriana”. (KNOWLES, 2008, p.152)

A primeira atitude era disfarçar a verdadeira localidade do Capitão América, ao colocar inúmeros capitães como ícones publicitários, enquanto o legítimo trabalhava na inteligência na procura dos nazistas, desvendando e desmontando as operações nazistas. A segunda pretensão era criar um ídolo internacional, na qual a sociedade dos EUA sentisse representada.

Como uma boa parcela dos heróis dos comics, o Capitão América tinha seu parceiro, o jovem James Buchanan “Bucky” Barnes, um jovem recruta que era quase que uma “mascote” da base. Barnes descobriu o segredo de Rogers por acidente, e para manter seu disfarce, o Capitão aceita treinar o jovem como parceiro.

Figura 7 - Os Sentinelas da Liberdade do Capitão América.



Fonte: Captain America Comic#1, p 8. março.1941

No quadro de dialogo amarelo está chamando atenção como pode se tornar membro dos sentinelas da liberdade do Capitão América, logo em seguida está escrito para unir-se ao grande herói em sua guerra contra os espiões e inimigos que ameaçam a independência. Na caixa de diálogo redonda está pedindo uma contribuição de 10 cents (a moeda dos Estados Unidos) a Timely para custos de correio para que recebesse na sua casa um distintivo oficial e cartão de membro. Na caixa de diálogo logo em baixo com uma cor bem clara está escrito como título "Membros dos SENTINELAS da LIBERDADE" o corpo do texto " Juro solenemente

apoiar os princípios dos sentinelas da liberdade e ajudar o Capitão América em seu combate contra os espiões nos EUA” abaixo um espaço para assinar.

“Em toda a parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender”. (JENKINS, 2009. p. 236)

De acordo com Jenkins a participação em todas as partes e níveis, surgiu com um conceito dominante, que tem como perspectiva atender os interesses da sociedade, canalizar e logo em seguida transformar em mercadoria de venda para a sociedade, apesar de ser um espaço conflitante.

A figura 7 apresenta a proposta da participação do público, a qual é a engrenagem do sucesso que por sua vez desenvolve relações entre os fãs e os produtores da HQ, que proporciona na medida do possível agradar com o *fanservice*¹⁰, possibilitando aumentar as vendas e consumo frente o outro lado da relação que está à indústria cultural sendo consumida e atendida. A Participação do público leitor está sendo utilizada com a finalidade de integrar os interesses da indústria cultural e economia da própria editora. E os sentinelas da liberdade representam o contato dos fãs com a editora, possibilitando de maneira genérica a participação deles em combater os espiões nazistas, segundo o qual é apresentado pela editora.

A imagem do herói tinha grande influência principalmente com as crianças e jovens, na ilusão do imaginário de estarem envolvido na guerra, tornando-se o herói, o Capitão América, lutando contra os nazistas, fascistas, contra as forças do eixo (Alemanha, Itália e o Japão). A intenção do Joe Simon e Jack Kirby¹¹ eram criar fãs no qual se sentissem sentinelas da liberdade.

10 Fanservice é o contato dos produtores com os fãs, recebe e atende aos fãs possibilitando atender pedidos e realizar desejos.

11 São os criadores do Capitão América no HQ, lançado em Março de 1941.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O personagem herói sempre foi presente em todas as idades da humanidade, desde das lendas que eram produzidas oralmente passando de gerações a gerações chegando a desenvolver incontáveis obras literárias, e atualmente nas grandes telas arrecadando bilhões de dólares anuais, fato que os heróis surgem nas História devido as necessidades de proteção, Capitão América não foi diferente disso, surgiu de uma necessidade de propaganda e de certa forma de proteção para os Norte Americanos (COSTA, 2009)

Os Estados Unidos da América ao longo do século XX estavam se estabelecendo como a grande superpotência mundial, desenvolvendo e ditando novos sistemas de industrialização, modelos a seguir mundialmente, sendo decisivos em ambas as guerras mundiais, porém existia a necessidade de legitimar o discurso patriótico de nação dos Estados Unidos, possuía a carência dos jovens em estarem envolvidos nesse embate e convidá-los a lutar em campo de batalha, esse feito foi nutrido na sociedade Norte Americana na perspectiva que era para o bem da Nação. O Capitão América nasce dessa necessidade, sendo um produto altamente propagandístico.

A campanha envolta do Capitão América desenvolvida pelos meios de comunicação foi essencial para fortalecer o discurso de poder e superioridade dos EUA em relação aos seus inimigos, legitimando o discurso de liberdade e democracia, um dos pontos em que o personagem heroico desenvolveu para posteriori foi o ideal de sociedade baseada no neoliberalismo social, político e econômico.

Lima e Santos (2011) A mídia ela tece o herói de acordo com as necessidades de cada sociedade contemporânea, passa a ter influência na formação do sujeito, de forma lúdica sugere ao herói a combater as injustiças e inimigos em comum com a sociedade. A ideologia é força dominante nas mãos de quem a enuncia, na qual quem detêm são as classes sócias com maiores poderes aquisitivos, daí (re) produzem seus valores como algo a ser atingido e admirado. (Kellner, 2001)

O filme tem sido um campo fértil do espetáculo, com "Hollywood" comandando um mundo de glamour, publicidade, moda e excesso. O filme de Hollywood exibiu grandes estruturas de efeitos especiais, aberturas espetaculares com holofotes e paparazzi, Oscars glamourosos e elegante filme de alta tecnologia.

Os estudos culturais têm a preocupação em colaborar para que os indivíduos possam compreender melhor e tenha a capacidade e habilidade de discernir as mensagens, dente elas o não dito, os valores e as ideologias inseridas na cultura da mídia, possibilitando que os indivíduos inseridos da organização social possam lançar críticas sobre questionamentos políticos, econômicos, culturais e sócias.

Por fim o exame do papel da mídia na guerra contra os nazistas, contra o sistema autoritário dos países do eixo no qual diziam os aliados (Inglaterra, URSS, França e Estados Unidos), através dos comics da Timely Comic na década de 40, na segunda guerra mundial, chegou ao um grande nível em propaganda, os Estados Unidos assumiu duas grandes lutas, além de combater belicamente, combateu os inimigos pelas campanhas publicitária, que visavam motivar a população e se definir como grande nação, foi necessário usar os meios de comunicação de massa para unificar a população, despertar o nacionalismo na qual foi capaz de produzir grandes instrumentos culturais.

Os grupos dirigentes foram os grandes protagonistas nesse combate através da cultura da mídia, formularam seus interesses na indústria cultural no modo que estão instituídos até hoje, são grupos que utilizam da indústria cultural para promover seus próprios interesses e programas (KELLNER, 2001)

Concluo que o personagem Heroico é simplesmente os Estados Unidos da América em forma de um herói, a perfeita encarnação, e por meio da cultura da mídia, que é um espaço altamente conflitoso mais quem dirige são classes que detêm de poderes econômicos e políticos, valeram desse espaço para apresentar um modelo a ser seguido pela sociedade, consumidores de seus produtos culturais, com objetivo claro de modelar a sociedade ao seu interesse que normalmente não são os mesmos das classes desfavorecidas, esses interesses batem de frente com os outros grupos e classes. Classes dirigentes promovem um espetáculo que tem como enunciação o

discurso de coragem, superação que traria a todos o bem social, cultural, econômico e político para a sociedade Norte Americana, na qual quem se torna os soldados, e vão para a batalha bélicas são as classes sociais que consomem os produtos culturais, que dão suas vidas em favor desse bem nacional.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T., HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. 2 ed. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AURÉLIO, R.P. **Oferecendo uma imagem de si: A (des) construção do Ethos discursivo da Candidata Dilma Rousseff**. Revista Vozes dos Vales. ISSN: 2238-6424 N°. 02 – Ano I – 10/2012. disponível em [EM-DA TA-DILMA-ROUSSEFF](#) Acessado em 14 de Setembro de 2017.

BITTENCOURT, Silvia Cardoso; CAPONI, Sandra; MALUF, Sônia. **Farmacologia no século XX: a ciência dos medicamentos a partir da análise do livro de Goodman e Gilman**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.scielo.br/hcsm>.

BONGCO, Mila. **Reading Comics: Language, Culture, and the Concept of the Superhero in Comic Books**. New York: Garland Publishing, 2000.

BRASIL, L. L. (jan/jun de 2011). **MICHEL PÊCHEUX E A TEORIA DA ANÁLISE DE DISCURSO: DESDOBRAMENTOS IMPORTANTES PARA A COMPREENSÃO DE UMA TIPOLOGIA DISCURSIVA**. Liguagem – Estudo e Pesquisa, 15, 171-182. disponível em <> Acesso em 9 de setembro de 2017.

BROMBERT, Victor H. **Em louvor de anti-heróis**. Tradução José Laurenio de Melo. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

CAGNIN, Antonio Luis. **Os quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução Ângela S. M. Corrêa, São Paulo: Contexto, 2006.

CHOMSKY, Noam. **MÍDIA Propaganda política e manipulação**. São Paulo: WMF Martins Fontes Ltda. 2017.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil**: ensaios sobre idéias e formas. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

COSTA, R. S. “**As histórias em quadrinhos como gênero discursivo contemporâneo**”. 2009. Disponível em <http://www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/outraspub/article/viewFile/435/394>. Acessado em 31/06/2017.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo. Ed. BooksBrasil, 2003. disponível em: <> acessado em 19 de setembro de 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução Ivone Castilho Beneditti. Bauru/SP: EDUSC, 2001.

_____, Douglas. **A cultura da mídia e o TRIUNFO DO ESPETÁCULO**. Tradução de Rosemary Duarte. LÍBERO - Ano VI - Vol 6 - no. 11. 2004. disponível em: <> acessado em 19 de setembro de 2017.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 7 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

KNOWLES, Christopher. **Nossos Deuses São Super Heróis**. São Paulo: Cultrix, 2003.

LAYTYNHER, Rafael. **A Contribuição das Histórias em Quadrinhos de Super-Heróis para a Formação de Leitores Críticos**. São Paulo: Revista Anagrama, Setembro-Novembro de 2011 disponível em <> acessado 19 de Setembro de 2017

LIMA, José; SANTOS, Ivanaldo. **A TRILHA DO HERÓI: DA ANTIGUIDADE À MODERNIDADE**. Teresina: Revista Desenredo - ISSN 2175-3903 - ano III - número 9 - abril maio junho de 2011. disponível em: > acessado 18 de Setembro de 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6ª. ed., São Paulo: Cortez Editora, 2008.

MITTMANN, Solange. **Nem lá, nem aqui**: o percurso de um enunciado. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Org.). Os múltiplos territórios da análise do discurso. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

SILVA, Obdália. **Os ditos e os não-ditos do discurso**: movimentos de sentidos por entre os implícitos da linguagem. R. Faced, Salvador, n.14, p.39-53, jul./dez. 2008

ORLANDI, Eni. **Discurso em Análise**: sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes, 2012.

_____. **Discurso e Texto**. Campinas: Pontes, 2008.

_____. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Análise automática do discurso** (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de M. Pêcheux. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997. p. 61-105.

_____. **Papel da memória**. In: ACHARD, Pierre et al. (Org.). Papel da memória. Campinas: Pontes, 1999.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Ed. da Unicamp, 1988.

REYNOLDS, Richard, **Superheroes: A Modern Mythology** London: B.T. Batsford Ltd, 1992.

VIANA, Nildo. **Heróis e super-heróis no mundo dos quadrinhos**. Ed. Achiamé. Rio de Janeiro. 2005.

TOCQUEVILLE, A. **A democracia na América**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1998.

Filmografia

CAPITÃO AMÉRICA: o primeiro vingador. Direção: Joe Johnston, EUA: Paramount Pictures e Marvel Entertainment, 2011.1 DVD (124 min.).