

VINÍCIUS LIEBEL

**HUMOR, PROPAGANDA E PERSUASÃO:
AS CHARGES E SEU LUGAR NA PROPAGANDA NAZISTA**

Dissertação de Mestrado apresentado à banca examinadora selecionada pelo Departamento de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Orientadora: Profa. Dra. Marion Brepohl de Magalhães.

CURITIBA

2006

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

VINÍCIUS LIEBEL

**HUMOR, PROPAGANDA E PERSUASÃO:
AS CHARGES E SEU LUGAR NA PROPAGANDA NAZISTA**

CURITIBA

2006

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) pela bolsa que me permitiu dedicar-me exclusivamente ao Mestrado. Minha gratidão também ao Goethe Institut, em especial a Juliane Müller, que através de uma bolsa-trabalho permitiu que o já naturalmente árduo processo de aprendizado do Alemão se tornasse menos custoso. Sou grato também a Carlos e a toda a equipe do Instituto Martius-Staden, que me ajudaram e tão atenciosamente me atenderam em minhas visitas a esta instituição.

Reconheço e agradeço a disposição, o trabalho e a paciência de minha orientadora, Profa. Dra. Marionilde Dias Brepohl de Magalhães, quem possibilitou, através de ajustes e de correções, a produção deste trabalho. Da mesma forma agradeço aos membros da banca de qualificação desta dissertação, Prof. Dr. Sérgio Odilon Nadalin e Prof. Dr. Luiz Carlos Ribeiro, pelas questões e pelas observações que se mostraram de fundamental importância para a formatação deste trabalho.

Aos parentes e amigos que me apoiaram nestes últimos trinta meses, meus sinceros agradecimentos. Especialmente a meus pais, que tanto trabalharam para que pudesse chegar neste estágio da minha vida. Minha gratidão mais profunda à Silvia, que, enquanto escrevi as linhas a seguir, esteve sempre ao meu lado, em meu coração e em meus pensamentos. À minha esposa, namorada, amiga e mais competente colega, muito obrigado por sua constante presença.

RESUMO

Na ascensão e na constituição do Estado Totalitário Nazista, a propaganda exerceu papel central. Percebemos sua ação não apenas nas fronteiras alemãs, mas também no exterior, em territórios nos quais houvesse a possibilidade de angariar simpatizantes para o partido. Dentre os vários meios utilizados para isso encontramos os “jornais panfletários”, ligados ao NSDAP. Ao buscarmos, nesta dissertação, a aproximação entre a propaganda na Alemanha e a transmitida no exterior, selecionamos os jornais *Der Stürmer*, de Nuremberg, e o *Deutscher Morgen*, impresso em São Paulo. Destas publicações destacamos as charges nelas veiculadas como exemplo representativo deste discurso propagandístico.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda, Nazismo, Totalitarismo, charges.

ABSTRACT

During the rising and the constitution of the Totalitarian Nazi State, the propaganda has exercised a central role. Its action is perceived not just inside the German frontiers, but also in foreign countries, in territories where could exist the possibility to recruit and obtain sympathizers for the party. Among the several means used for this, there are the “passionate newspapers”, which were attended with the NSDAP. In this dissertation, the research seeks the approximation of the propaganda in Germany and the one transmitted in the foreign territories. The newspapers *Der Stürmer*, from Nuremberg, and the *Deutscher Morgen*, printed in São Paulo, were selected. From these publications the enhancement was put on the cartoons published as a representative example of this propagandistic discourse.

KEY-WORDS: Propaganda, Nazism, Totalitarianism, cartoons.

SUMÁRIO

	Página
INTRODUÇÃO	4
1. TEORIAS E TÉCNICAS DE PROPAGANDA	19
1.1. A Propaganda política e a Nova História Política	20
1.2. Teorias da propaganda	25
1.3. Estratégias de padronização do público-alvo: a elite, os homens de confiança, os simpatizantes e os indiferentes	37
1.4. Atingindo o público-alvo: as charges como meio de propaganda	47
2. AS CHARGES E A PROPAGANDA ANTI-SEMITA	53
2.1. O Anti-semitismo caricaturado: o <i>Der Stürmer</i> e seu lugar na máquina propagandística nazista	53
2.2. A Propaganda em busca da ascensão: 1923-1933	62
2.3. A Atuação do <i>Der Stürmer</i> nos primeiros anos nazistas: 1933-1939	75
2.4. Guerra, anti-semitismo e conspiração nas páginas do <i>Der Stürmer</i> : 1939-1945	90
3. RAÇA E PROPAGANDA NA <i>VOLKSGEMEINSCHAFT</i>	101
3.1. A Idéia de uma <i>Volksgemeinschaft</i>	102
3.2. O <i>Deutscher Morgen</i> e seu lugar na máquina de propaganda nazista	110
3.3. O <i>Deutscher Morgen</i> no pré-guerra: a exaltação de um ideário	116
3.4. O <i>Deutscher Morgen</i> durante a guerra: minando o inimigo	131

CONCLUSÃO	146
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	152
ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES	158

INTRODUÇÃO

Adolf Hitler, eu te amo, porque és grande e puro ao mesmo tempo.

Joseph Goebbels, em seu diário

De vez em quando me parece que minha própria “pureza”, minha apatia, me torna mais culpado ainda. A paixão, quer causada pelo ódio ou pelo ressentimento, é sempre uma motivação. Mas a indiferença não é nada.

Albert Speer, em seu livro “Spandau”

Diversas foram as formas com as quais os indivíduos, na Alemanha e fora dela, durante as décadas de 20 e 30, relacionaram-se com o movimento nacional-socialista. Nas citações acima temos dois exemplos dos mais representativos: a paixão pública pelo *Führer* – paixão que se estendia muitas vezes à ideologia nazista¹ – e a indiferença.

Ao iniciarmos uma análise sobre os discursos propagandísticos nazistas, tomamos duas fontes que, pela própria diferença que lhes concerne, mostram-se ilustrativas sobre os diferentes graus e alvos da propaganda. Tanto estudando o discurso das charges no semanário alemão *Der Stürmer*, que tem seu lugar no momento da constituição do movimento e do Estado Totalitário, quanto no semanário *Deutscher Morgen*, que encontra espaço no geograficamente distante Brasil, o afloramento das emoções se mostra pertinente à análise. A propaganda deve ser compreendida aqui não só como uma forma de difundir a ideologia – esta entendida enquanto um conjunto de idéias que compõe um campo simbólico autônomo

¹ Coloco que “muitas vezes era estendida” por dois motivos: o primeiro é que nem sempre a devoção ao *Führer* era acompanhada pela devoção ao partido ou à sua ideologia, como demonstra o estudo de KERSHAW, Ian. **The Hitler Myth**. Image and reality in the Third Reich. New York: Oxford, 2001. p. 96 et seq. Durante o plebiscito que elevaria o *status* do chanceler Hitler ao de *Führer* alguns cidadãos demonstravam sua insatisfação com o NSDAP escrevendo em suas cédulas “para Hitler digo *Ja*, para seus capangas, *Nein*”. Neste momento, a imagem do líder do país já não cabia mais na imagem do líder do partido – fato que perdurou durante todo o Terceiro Reich. O segundo motivo refere-se justamente à indiferença de parte da população, que seguia Hitler, não ao movimento que ele encarnava.

vinculado à própria sociedade que o origina e que é seu objeto de reflexão² –, mas também como sendo peça fundamental na engrenagem política moderna, um meio eficaz de incitação das paixões e dos ódios públicos.

É neste sentido que este trabalho busca fazer a análise do discurso propagandístico nazista em representações imagéticas, verificando os caminhos que este discurso percorre para buscar seu objetivo – qual seja, angariar adeptos e simpatizantes do Nacional-Socialismo. Não se procura aqui verificar a absorção ou não destas idéias, mas sim as diferenças e semelhanças existentes entre os discursos veiculados pelas charges na Alemanha Nazista e na colônia teuto-brasileira, tomando o primeiro como caso primário e o segundo enquanto exemplar da propaganda para os “alemães do exterior”.

Assim, revela-se a pertinência das fontes escolhidas. No caso do *Der Stürmer*, o periódico se mostra defensor da ideologia nazista e se direciona aos alemães da República de Weimar e, posteriormente, do Terceiro *Reich*, empregando um discurso propriamente nacional-socialista. De periodicidade semanal, o jornal editado pelo notório anti-semita Julius Streicher teve sua circulação gradualmente elevada, conforme a ascensão nazista no cenário alemão, como podemos observar pela tabela³ abaixo:

CIRCULAÇÃO DO *DER STÜRMER*

<i>Ano</i>	<i>Circulação</i>
1927	14.000
1933	25.000
Fev. 1934	47.000
Ago. 1934	80.000
Nov. 1934	113.000
Fev. 1935	132.000

² ANSART, Pierre. **Ideologias, Conflitos e Poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 77 et seq.

³ Baseada em BYTWERK, Randall. **Julius Streicher**. Nazi Editor of the Notorious Anti-Semitic Newspaper Der Stürmer. New York: Cooper Square, 2001. p. 57.

Ago. 1935	286.000
Out. 1935	486.000
Fev.1938	473.000

Após 1938, com a eclosão da guerra, não existem registros precisos da circulação semanal do *Der Stürmer*. Estima-se que sua circulação tenha quase dobrado, chegando à casa dos 700.000 exemplares. Existiram ainda, após a ascensão nazista em 1933, nove publicações especiais do jornal que circularam nos períodos próximos à promoção dos “*Nurenbergs Rally*”. Nestas reuniões do NSDAP o semanário era distribuído e, sob tais circunstâncias, estima-se que sua impressão tenha chegado a 2.000.000 de exemplares.

Já o *Deutscher Morgen* era um jornal também propagandístico que divulgava o Nazismo aos alemães do exterior, mais especificamente no Brasil. Assim, além de analisarmos o foco da propaganda nazista sobre os teuto-brasileiros, temos ainda a oportunidade de estudá-lo em uma fonte que pode ser considerada “oficial”, visto que patrocinada pelo NSDAP alemão, conferindo assim um novo prisma às pesquisas até aqui realizadas.

Como o *Der Stürmer*, o *Deutscher Morgen* tinha periodicidade semanal, tendo seu primeiro número impresso em 16 de março de 1932, quase um ano antes dos nazistas assumirem a chancelaria na Alemanha, em janeiro de 1933. Era produzido em São Paulo, tendo como editor Hans von Cossel, que possuía também o cargo de chefe nacional da célula brasileira do NSDAP.⁴ Apesar de sua produção ser sediada na cidade de São Paulo, no bairro

⁴ O cargo tinha originalmente a alcunha de Leiter der Landesgruppe Brasilien der Auslands-Organisation des NSDAP.

da Mooca⁵, o alcance do semanário ultrapassou os limites paulistas, chegando a ser enviado aos três estados do Sul, bem como, mas em menor escala, ao exterior.

O *Deutscher Morgen* foi selecionado entre uma série de periódicos produzidos ao longo da década de 1930 até 1941, consultados no acervo do Instituto Hans-Staden. Esta série inclui *Der Kompass*, jornal franciscano produzido em Curitiba e opositor ao regime nazista; e os seguintes *Kalenders*, cujo local e intervalo de edição vêm indicados entre parênteses – intervalo este condizente ao analisado neste trabalho, mas limitado em alguns casos pela própria descontinuidade da publicação: *Serra-Posten-Kalender* (Ijuí, 1930-1941), *Uhleskalender* (São Paulo, 1934-1942), *Riograndenser Marienkalender* (Porto Alegre, 1933-1936/1938-1939), *Kalender für die Deutschen in Brasilien* (Rio Grande do Sul, 1932-1941), *Der Familienfreund* (Porto Alegre, 1932-1939), *Lehrer-Kalender* (São Leopoldo, 1931-1938) e, finalmente, *Volk und Heimat* (São Paulo, 1933-1941).

Dentro deste conjunto, o *Deutscher Morgen* sobressai-se não apenas por, como já citado, constituir-se em uma publicação patrocinada pelo NSDAP, mas também por ser a única a apresentar substancialmente o instrumento de propaganda buscado, a charge. Além desta questão fundamental, com um raio de alcance relativamente amplo e com exemplares de todo o período que precede a proibição da veiculação de materiais impressos em língua alemã – o jornal passa a ser nomeado como *Aurora Ilustrada* em 5 de setembro de 1941, o *Deutscher Morgen* apresenta-se como uma valiosa fonte para o estudo das informações veiculadas aos teuto-brasileiros.

Ambos os casos analisados, quais sejam, o discurso inerente às charges veiculadas no *Der Stürmer* e no *Deutscher Morgen*, visavam incitar o público e promover sua adesão à causa. Tal processo, sem dúvida, deriva da promoção ou alteração de sentimentos em relação

⁵ DIETRICH, Ana Maria. **A Caça às Suásticas – O Partido Nazista em São Paulo**. São Paulo, 2001. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. p. 231-2.

ao objeto e, apesar de não estudarmos aqui as nuances próprias destas modificações do estado emocional dos receptores, devemos reconhecê-las como parte intrínseca do âmbito do Político, este sim, nosso objeto por excelência.

Dentro do âmbito privilegiado nesta pesquisa, a produção de charges se constitui em uma vertente propagandística, pois tomamos, em nossos casos de estudo, jornais que as produziam com o intuito determinado de atingir seu público e promover uma idéia.⁶ Neste curso, as charges primam por aflorar paixões, sejam a favor ou contra o objeto caricaturado, mas que são, de todo modo, sentimentos pertencentes à arena política.

O papel destes sentimentos na política e a forma como são fomentados têm sido constantemente debatidos na Academia Francesa e têm ganhado cada vez mais espaço também nas pesquisas em História no Brasil.⁷ No mesmo sentido, o pensar sobre o lugar das paixões públicas no mundo contemporâneo, mundo este cada vez mais “apático”, abre novos campos de pesquisa nas Ciências Humanas.

Tais reflexões, decorrentes da Nova História Política que se assoma na década de 1970, visam ao mesmo tempo tanto o entendimento da sociedade quanto o desmanche dos discursos institucionais, fugindo do meramente conceitual na busca da compreensão do relacionamento íntimo que existe entre a instituição, seu discurso, suas práticas e o indivíduo. Ao fazê-lo, o pesquisador depara-se com a realidade translúcida de se analisar o imaginário da sociedade em questão. O imaginário então se apresenta como um conjunto de redes simbólicas que incutem na sociedade os valores e as significações das instituições que a formam, como o Estado, a Igreja, as ideologias, etc.

⁶ Não descartamos, portanto, a possibilidade de uma charge ser produzida sem o ensejo de participar ativamente da arena política. Entretanto, mesmo nestes casos nos quais o autor não tem a idéia preconcebida de trabalhar a opinião pública, acreditamos que seus desenhos não só adentram como agem como moeda discursiva no campo político.

⁷ Os exemplos mais significativos desta realidade são os trabalhos: BRESCIANI, Stella; NAXARA, Márcia. **Memória e (Res)Sentimento**: Indagações sobre uma Questão Sensível. Campinas: Unicamp, 2004. BRESCIANI, Stella, BREPOHL, Marion e SEIXAS, Jacy. **Razão e Paixão na Política**. Brasília: UNB, 2002.

Esta relação entre instituições e imaginário se estabelece no campo do simbólico, mas não de forma totalizante, pois “as instituições não se reduzem ao simbólico, mas elas só podem existir no simbólico, são impossíveis fora de um simbólico em segundo grau e constituem cada qual sua rede simbólica”⁸. Não podemos pensar as instituições apenas em seus reflexos físicos, como no caso das igrejas, ou de seus discursos, como no caso dos partidos. O físico é uma forma de representação do simbólico, um reflexo do imaginário.

De forma mais ampla, Hilário Franco Júnior definiu o conceito:

Por “imaginário” entendemos um conjunto de imagens visuais e verbais gerado por uma sociedade (ou parcela desta) na sua relação consigo mesma, com outros grupos humanos e com o universo em geral. Todo imaginário é portanto coletivo, não podendo ser confundido com imaginação, atividade psíquica individual. Tampouco pode-se reduzir o imaginário à somatória de imaginações. Obviamente estas também se manifestam em quadros históricos, pois mesmo ao imaginar, cada indivíduo não deixa de ser membro de uma sociedade e de seus valores objetivos e subjetivos. Porém, por englobar o denominador comum das imaginações, o imaginário as supera, interfere nos mecanismos da realidade palpável (política, econômica, social, cultural) que alimenta a própria imaginação.⁹

Portanto, percebe-se o imaginário como uma instância determinante, um conjunto de idéias, imagens e discursos construídos e que constituem o “inconsciente” de uma sociedade. Compõem o imaginário as idéias que são tidas como normais, corriqueiras ou subentendidas, mas que foram moldadas por um determinado grupo social que, em caso de ideologias ou idéias universais, almeja atingir toda a população. O imaginário, entretanto, tem sua ação limitada pelo tempo. É constituído por uma comunidade inserida em um recorte temporal que, com raras exceções, não ultrapassa algumas gerações.

⁸ CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 142.

⁹ FRANCO JÚNIOR, Hilário. **Cocanha**. A história de um país imaginário. São Paulo: Cia. das Letras, 1998. p. 16-17. A tomada do conceito de imaginário elaborado por um pesquisador voltado à história social reafirma a importância da confluência destes estudos, escapando do apelo institucional.

O imaginário, por ser construído em torno de balizas temporais é, na mesma medida, maleável. Trata-se de um campo fértil para os ideólogos, os “marqueteiros” e os propagandistas, uma vez que, sendo formado de imagens e de idéias, o imaginário está apto a receber novos elementos imagéticos, ideologias, discursos e instituições, que acabarão se tornando parte integrante da vida dos indivíduos, o que resulta numa orientação e/ou dominação inconsciente dos mesmos.

Da mesma forma, os ideólogos, propagandistas e pensadores que visam à ruptura de determinada forma de poder procuram construir um novo imaginário (criando símbolos e idéias contestatórias) e passá-lo para a população. Ideologias se apropriam então de imaginários bases, como o imaginário revolucionário ou tradicionalista, inserem elementos novos e criam seu próprio imaginário, na verdade “um contra-imaginário, arma de combate, mas também instrumento de educação destinado a inculcar no espírito do povo novos valores e novos elementos formadores”¹⁰.

Nesta intensa luta pela legitimação do poder através da construção de idéias, conceitos e imagens que formem um imaginário dominante, está a busca pela autoridade. Esta autoridade simbólica é o que leva o grupo ou instituição geradora do discurso a, legitimamente, instituir-se na condição de determinadora da representação da realidade, impondo a sua visão de mundo, a sua Weltanschauung. Na autoridade reconhecida se fundamentam todas as ações nutridas pelo grupo ou instituição, todas as relações de poder que deles provêm.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido

¹⁰ BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: **Enciclopédia Einaudi**. Vol. 5 – Anthropos-Homem. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1989. p. 301.

pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário.¹¹

A definição de Bourdieu se aplica a todo e qualquer tipo de poder que se utilize do simbólico e das representações como fundamentação, e podemos estendê-la, especialmente, ao poder político. Nele, o trânsito simbólico e a busca pela legitimidade dos discursos constituintes de sua arena é fluida e constante, além de conflituosa¹². Nesta busca pela supremacia e pela legitimidade de seu discurso, os atores políticos utilizam-se de distintos meios de persuasão, meios estes que buscam o intento final de impor sua visão de mundo.

Na medida em que um indivíduo percebe o mundo enquanto uma imagem construída, a significação das denominações comporta grande parte de sua visão de mundo. Por isso o discurso também pode ser estudado e compreendido enquanto uma constituinte do poder. Tomando nosso exemplo norteador (o caso da Alemanha Nazista), se um grupo social significativo consegue disseminar a idéia do judeu enquanto ser social e racialmente inferior, a visão de mundo da sociedade atingida é modificada em favor destas significações lingüísticas.

“Em meio à luta para a imposição da visão *legítima* (...), os agentes detêm um poder proporcional a seu capital simbólico, ou seja, ao reconhecimento que recebem de um grupo”¹³, o que gera a *autoridade* simbólica. Assim, com a conquista da autoridade no grupo, o indivíduo passa a seguir um discurso institucionalizado e a falar pelo grupo, encarnando-no.

A busca pela legitimidade, entretanto, passa primeiramente pelo convencimento, pela aceitação ou pela simpatia do indivíduo pela visão de mundo proposta pela ideologia ou governo. Assim, as formas de persuasão e de angariação de adeptos estão intimamente

¹¹ BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004. p.14.

¹² Em sistemas que proporcionam esta luta de ideologias, o que não é o caso do Estado Totalitário, que cerceia o diálogo e a oposição em favor da ideologia dominante.

¹³ BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Lingüísticas**. São Paulo: Edusp, 1996. p. 82.

relacionadas com a promoção dos sentimentos e das paixões no âmbito público. É nesse sentido que, dentro da vinculação à nova corrente de história política, aproximamo-nos da linha defendida e empregada por Pierre Ansart.

Ansart pauta sua obra na análise das paixões públicas e na relação intimista que a política assume com o indivíduo, especialmente em ocasiões extremas. Seguindo sua linha de pensamento, a massificação da cultura, o consumismo, a propaganda política de massas e a relação do (ir)racional e da paixão com o político são os principais agentes de reflexão para os novos historiadores políticos. Em especial este último aspecto, pois se verifica, desde o fim da Segunda Guerra, o surgimento de um sentimento de “mal-estar” ocasionado pela natureza dos regimes pluralistas do Ocidente. Nestas sociedades movidas, sobretudo, pelo desejo, a insatisfação decorrente das derrotas, fracassos e incapacidades acaba gerando frustrações que os indivíduos internalizam.

Diferentemente das comunidades tradicionais que limitavam rigorosamente as aspirações aos modestos limites dos objetos acessíveis à cada categoria social, que aprisionavam os desejos em um conjunto de tabus, nossas sociedades pluralistas e de consumo mostram-se mais aptas a desenvolver o indefinido do desejo e a acentuar a intensidade das insatisfações. No interior de tal contradição, os limites, os fracassos tendem a serem experimentados como rejeições, agressões, injustiças.¹⁴

Toda esta dinâmica acaba gerando, entre outros resultados, a individualização em relação ao coletivo. Obviamente, esta retração do indivíduo tem reflexos na vida pública, quais sejam, a constituição de um grupo pequeno de relacionamentos, o distanciamento no trato com os demais cidadãos e o desapego pela política. Isso torna ainda mais instigante a análise de períodos nos quais a paixão pública é aflorada, pois nestes períodos encontramos boa parte das razões pelas quais o contexto atual assim se impõe.

¹⁴ ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? **História & Perspectivas**, Uberlândia, 25 e 26, jul./dez. 2001 – jan./jul.2002. p.59.

A busca pelas particularidades das afetividades públicas, assim como suas causas e reflexos, baseia-se principalmente na sua relação com o poder e com a representação que a sociedade tem de si mesma. Neste sentido, “três conjuntos de relações parecem particularmente em jogo nesta afetividade coletiva e individual: as relações com o poder e as normas impostas, as relações internas e externas com o grupo de pertença, os modelos de identidade.”¹⁵

Trata-se aqui de relações que se estabelecem no âmbito público da sociedade, espaço este que tem na política¹⁶ sua condição natural. É através da condição política do homem que ele se expressa no espaço público, colocando seu discurso a conhecer e a influenciar os indivíduos de seu convívio ou na formatação de uma ação. Sendo o homem, como expressa a visão aristotélica, um animal político por natureza, é natural que dele se espere diferentes ações e posicionamentos. É neste cenário que as relações do ser com o grupo de pertença moldam sua visão de mundo, acendem seus sentimentos e caracterizam sua identidade.

A história política nos moldes propostos por Ansart, assim, não trata apenas de discursos e de instituições, mas de seus reflexos na constituição do indivíduo e das massas, formando uma teia dinâmica de relações que configura o político. Esta caracterização do objeto político poderá ser acompanhada ainda no decorrer desta dissertação. Contudo, ao buscarmos nesta linha metodológica de pesquisa nossa fundamentação, acreditamos inovar o estado da arte ao atentarmos para a estreita relação estabelecida entre o imaginário, a propaganda e os sentimentos públicos, visando não apenas analisar a dinâmica interna do Estado nazista, através da análise de seu discurso propagandístico, mas também o alcance e a forma com que seu discurso chega a outros campos, no caso, a colônia teuto-brasileira.

¹⁵ ANSART, Pierre. **La Gestion des Passions Politiques**. Lausanne: L'Age d'Homme, 1983. p. 15. Trad livre do autor: « trois ensembles de relations paraissent particulièrement en jeu dans cette affectivité collective et individuelle: les rapports au pouvoir et aux normes imposées, les rapports internes et externes au groupe d'appartenance, les modèles d'identité. »

¹⁶ O termo política aqui é expressado em *lato sensu*, sendo tomado como o conjunto de ações do indivíduo no meio público tendo em vista uma formatação social, uma ação ou um consenso.

No estudo do Estado totalitário nazista, privilegiamos a teoria arendtiana do Totalitarismo, no qual a autora reconhece um fenômeno completamente novo na história política, que difere sobremaneira das demais formas de governo existentes. Para Arendt, o Totalitarismo encontra sua fase “embrionária” nos movimentos totalitários, movimentos estes que se baseiam na desfiguração social originada por crises econômico-sociais e pela desilusão política.

Diante de tal panorama, a população se encontra em um estado de “dormência” que a coloca automaticamente à mercê dos partidos e dos movimentos extremistas que, por sua vez, trazem à tona sentimentos e pulsões reprimidos pelo descaso com o político. Por seu caráter e retórica violentos, o movimento totalitário se camufla sob a fachada do ativismo, que conduz os indivíduos a uma satisfação pessoal por fazer parte do grupo contestador da ordem que lhes é imposta.

Além disso, o ativismo parecia fornecer novas respostas à velha e incômoda pergunta ‘quem sou eu?’, que ocorre com redobrada persistência em tempos de crise. Se a sociedade insistia em que ‘és o que pareces ser’, o ativismo do pós-guerra respondia ‘és o que fizeste’ (...) resposta que, após a Segunda Guerra Mundial, foi repetida com uma pequena variação por Sartre: ‘és a tua vida’ (em *Huis clos*). A pertinência dessas respostas estava menos na sua validade como redefinições da identidade pessoal do que na sua utilidade para eventual fuga da identificação social, da multiplicidade de papéis e funções intercambiáveis que a sociedade havia imposto. A questão era fazer algo, fosse heróico ou criminoso, que nenhuma pessoa pudesse prever ou determinar.¹⁷

A idéia arendtiana de que grande parte do fascínio que garante certa “legitimidade” à ideologia totalitária, perante seu público-alvo, refere-se à constante evocação de forças sobrenaturais como prova irrefutável da veracidade da ideologia. Estas forças, em geral, são a ciência (superioridade racial) e a história (com a idéia de progresso constante). Kershaw

¹⁷ ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 381.

encontra indícios da utilização deste método ainda na imprensa nazista pré-poder, principalmente em comparação com jornais de esquerda – que execravam Hitler – e de direita, que apesar de concordarem com seus pontos de vista, evitavam dar-lhe, ao menos até 1933, a coroa da direita alemã. Kershaw exemplifica:

Enquanto a imprensa não-partidária prosaicamente se referia a “Herr Hitler” ou “o líder do NSDAP”, na imprensa nazista ele era “Adolf Hitler” (nunca apenas Hitler), “nosso líder” ou simplesmente “o líder”. Paulatinamente – uma designação que parece expressar a inevitabilidade do processo histórico que elevaria Hitler ao poder e criaria uma nova Alemanha – ele foi sendo retratado como “o líder da futura Alemanha”.¹⁸

Após a ascensão de Hitler à chancelaria, o *Völkischer Beobachter* cunhou a denominação de “Chanceler do Povo” ao novo líder do país, passando a imagem não apenas de popularidade, mas também de uma origem popular do novo *Führer*. Outra estratégia de propaganda fortemente utilizada pelos nazistas foi a disseminação da idéia de que com Hitler uma nova Alemanha surgia, e que, aliado ao marechal Hindenburg – o símbolo do *Reich* monarquista – a nova pátria surgiria ainda mais forte. “Ainda durante a campanha eleitoral o NSDAP produziu pôsteres mostrando o venerável presidente e o jovial, dinâmico chanceler unidos pelo slogan ‘O marechal e o soldado: lutam conosco por paz e direitos iguais’”.¹⁹

Desta forma, Hitler unia os *junkers* sob sua batuta, pois no período guilhermino estes encontraram seu período de maior opulência. A burguesia estava centrada nas promessas de fortalecimento do Estado, apoiando Hitler na contraposição aos comunistas e aos social-democratas, tidos como grandes culpados pelo esfacelamento alemão da República de

¹⁸ KERSHAW, op. cit., p. 38-9. Trad. livre do autor: “While the non-Party press prosaically referred to ‘Herr Hitler’ or ‘the leader of the NSDAP’, in the Nazi press he was ‘Adolf Hitler’ (never just Hitler), ‘our Leader’, or simply ‘The Leader’. Increasingly – a designation which seemed to express the inevitability of the historical process which would bring Hitler to power and create a new Germany – he was being portrayed as ‘the leader of the coming Germany’.”

¹⁹ Ibid. p. 55. Trad. livre do autor: “Already during the election campaign the NSDAP had produced posters showing the venerable Reich President and the ‘youthful’, dynamic Chancellor standing together beneath the slogan: ‘The Marshal and the Corporal: Fight with us for peace and equal rights’.”

Weimar. Os bons resultados conseguidos pelos nazistas no poder ainda nos primeiros meses convenceram as massas a seguirem o novo chanceler do povo, dando-lhe ao menos mais tempo para provar o que poderia fazer.

Seguindo a idéia de que o movimento totalitário era na verdade o sentido para o qual a história rumava e de que Hitler era “o” *Führer* alemão, uma grande parcela da sociedade da Alemanha – e de alemães pelo mundo – passou a segui-lo cegamente. Outros, entretanto, viram no grupo nazista apenas mais um movimento político e nutriram por ele somente indiferença. Isso é o que reflete a citação de Speer no início desta introdução, referindo-se aos sentimentos que envolveram estes indivíduos ao final da guerra. As mortes nos campos de batalha e o extermínio dos judeus deram a esta indiferença uma carga de culpabilidade que se reflete na sociedade alemã mesmo contemporaneamente²⁰. Há, entretanto, elementos ainda a serem considerados quando pensamos esta questão.

A indiferença existente no processo anterior à ascensão ao poder e mesmo até a real implementação do regime totalitário pode ser apontada como a fonte do sentimento de culpa. Mas boa parte desta “sensação de indiferença” deve ser creditada ao período do Terror, e então a indiferença social deixa de ser uma mera escolha, mas passa para uma categoria mais primitiva, a do instinto pela sobrevivência. Porque o terror visa o isolamento do indivíduo e a conseqüente inanição política, acabando com qualquer possibilidade do indivíduo promover uma ação²¹ na esfera pública.

O isolamento que se dá através do terror mina as capacidades do agir do homem por colocá-lo em alerta permanente. Desta forma, a socialização e o contato com outros indivíduos ficam em suspeição constante, normatizando o comportamento individual em

²⁰ Exemplar neste sentido é o livro de LEBERT, Stephan & Norbert. **Tu carregas meu nome**. Rio de Janeiro: Record, 2004. Nele, partindo dos herdeiros diretos da cúpula nazista, ou seja, seus filhos, os autores fazem uma radiografia dos diferentes sentimentos que foram gerados pelas gerações subseqüentes ao período nazista, o que se torna, ao final, um espelho de toda sua sociedade.

²¹ ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

apelo, como colocado acima, ao instinto de sobrevivência. As faculdades de reflexão e ação são finalmente eliminadas através da ideologia e da propaganda, que oferecem em seu discurso a *Weltanschauung* formatada ao indivíduo que, pela própria onipresença destes dois elementos, não os percebe agindo.

Nesta dissertação buscamos estudar dois instrumentos desta propaganda e analisar suas especificidades e similaridades. Para tanto, nossas fontes mostram-se privilegiadas. Ao analisarmos o discurso do jornal nazista *Der Stürmer*, em especial as suas charges, conseguimos cobrir uma modalidade de propaganda especialmente importante na ascensão do NSDAP ao poder, desde a década de 1920 até 1933. Já ao lançarmos mão das charges do *Deutscher Morgen*, direcionadas aos teuto-brasileiros, podemos verificar a ação e o alcance da propaganda nazista fora de seus domínios geográficos, bem como a metodologia discursiva de que lançam mão os nazistas em campos exteriores à própria Alemanha. Com vistas neste conjunto de fontes, estruturamos este trabalho em três capítulos.

No primeiro promovemos uma explanação acerca da escola historiográfica a que nos reportamos – e que já explicitamos nesta introdução –, além das particularidades que esta vinculação implica no estudo da propaganda e seu discurso. Em seguida, fazemos uma revisão bibliográfica sobre o assunto central, focando, ao final, a visão sobre o humor enquanto um recurso da propaganda. Abrimos caminho, assim, para o segundo capítulo, iniciado com uma breve discussão sobre a natureza persuasiva da propaganda para, na continuidade, desenvolvermos a primeira análise: a do semanário *Der Stürmer*.

O terceiro e último capítulo focará a propaganda nazista em solo brasileiro. Aqui, a análise do discurso ganha em amplitude, pois, nas charges direcionadas aos teuto-brasileiros, a abordagem sobre a ideologia e as diretrizes defendidas pelo NSDAP encontra uma explanação diferenciada em relação ao efetuado na Alemanha. Leva-se em consideração não

só a distância que os separava do centro do *Reich*, mas também aspectos mais específicos, como a história dos colonos teutos e o próprio imaginário que lhes era próprio.

Buscando, neste trabalho, lançar novas luzes no entendimento da relação dos alemães com seu imaginário e com a propaganda nazista, mas, principalmente, na relação do discurso humorístico para com estes mesmos elementos, é que apresentamos nossa proposta de análise e comparação entre os diferentes discursos produzidos sobre um mesmo objeto, qual seja, o Nazismo, mas que encontram diferentes receptores. Cabe ressaltar que nosso estudo não analisa a recepção desta propaganda – mesmo porque tal empresa requereria o recurso a depoimentos de leitores e suas interpretações posteriores aos eventos retratados, o que implica naturalmente em uma adequação para sua exposição, tendo em vista a natureza controversa do objeto –, detendo-se na produção do discurso propagandístico, motor de arebanhamento de adeptos.

Estas linhas nortearão nossos pensamentos na construção desta dissertação, que se concentra na análise de dois instrumentos da propaganda nacional socialista em uma perspectiva comparada, mas sem perder o foco nos seus diferentes públicos e objetivos, assim como nos diversos sentimentos que tais discursos visavam aflorar.

1. TEORIAS E TÉCNICAS DE PROPAGANDA

Quando, na década de 30, Louise Solmitz, professora em Hamburgo, viu pela primeira vez Adolf Hitler, teve sua primeira experiência com a propaganda-espetáculo empreendida pelos nazistas. Os ornamentos e as bandeiras tremulavam no ambiente, ao mesmo tempo em que músicas nacionalistas e partidárias, em especial a música de Horst Wessel, eram tocadas. A entrada do *Führer* foi coberta de pompa, e em seu discurso as emoções nacionalistas de todos os presentes foram afloradas. A saída de Hitler do local foi assim descrita pela professora Solmitz:

Então ele veio. Quantos olharam para ele com uma fé tocante em seu amparador, seu salvador, seu redentor da insuportável miséria – para ele que resgatou o príncipe prussiano, o sábio, o clérigo, o fazendeiro, o trabalhador, o desempregado, que os resgatou de todas as facções de volta para uma única nação.²²

O simbolismo evocado pela figura de Hitler naquele momento, o discurso fortemente carregado de nacionalismo e o ambiente fantasioso no qual eram envolvidos os espectadores eram componentes que instigavam os indivíduos a se juntarem aos nazistas na defesa de sua ideologia, estendida a uma defesa de toda a Alemanha. Esses componentes lidavam, em última instância, com aspectos subjetivos da natureza humana.

Quando analisamos as configurações técnicas de regimes e partidos políticos, somos tentados a privilegiar os aspectos objetivos e quantitativos do mesmo, como a quantidade de filiados, de votantes, o percentual de aprovação, etc. Poucas vezes, entretanto, as razões pelas quais esses números surgem são vistas com um olhar crítico e, principalmente, sob ângulos de

²² Traduzido a partir de: NOAKES, J.; PRIDHAM, G. Documents on Nazism apud KERSHAW, Ian. *The “Hitler Myth”*. Oxford: Oxford, 2001. p. 42.

estudo considerados subjetivos. Neste sentido, será enfocada na seqüência a construção da propaganda política nazista, o que implica na análise da propaganda em si e da constituição de seu público-alvo, dentro de processos complementares de significação.

1.1. A Propaganda política e a Nova História Política

A propaganda e sua recepção por parte do indivíduo abrangem questões visuais, psicológicas e emocionais, reportando-se aos aspectos subjetivos evocados anteriormente. O sentimento causado pela recepção de uma imagem, pela incitação de uma ideologia ou pela voz de ordem de um político são questões de ordem passional, mas de suma relevância nos estudos do objeto político.

Neste sentido, analisamos a propaganda política – em especial a nazista – neste capítulo, voltando nossos olhos para as questões levantadas pelas indagações da Nova História Política francesa, especialmente pela corrente representada por Pierre Ansart. Em sua obra, Ansart defende o estudo das afetividades políticas, argumentando que existe um vácuo a ser preenchido nos estudos das Ciências Sociais no campo da Política, e este vácuo é referente aos sentimentos²³ que, ainda que percebidos pelos analistas, são pouco estudados.

Estas novas reflexões vêm na esteira da idéia do repensar a política que surge na França do pós-guerra, e com mais força em meados da década de 70, após a marginalização do estudo do campo político pela historiografia, na primeira metade do século XX. Fruto, principalmente, do rompimento com os métodos positivistas e da Escola Metódica, esta distância foi provocada pelo surgimento da Escola dos *Annales* e sua visão inovadora, que

²³ Ansart localiza quatro predecessores dos estudos das paixões públicas na história, mas reitera que pouco se produziu, mesmo com estas grandes contribuições. São eles Platão, em sua “República”, Machiavel com “O Príncipe”, Tocqueville e sua “Democracia na América” e Marx, no “Dezoito Brumário”. Faz ainda referências a Durkheim e especialmente a Weber e suas idéias acerca das dominações carismáticas e emotivas. ANSART, Pierre. Em defesa de uma Ciência Social das Paixões Políticas. In: **Revista História Questões & Debates**. Curitiba, 33, p. 145-162. EdUFPR, 2001.

“despreza o acontecimento e insiste na longa duração; deriva a sua atenção da vida política para a actividade econômica, a organização social e a psicologia coletiva.”²⁴

Assim, a temática política – parte essencial dos estudos positivistas e metódicos – passa a ser preterida em favor do social, do econômico e da interdisciplinaridade nos círculos historiográficos dominantes. A política tem, a partir de então, seu lugar principal de estudos nas Ciências Sociais, em especial nas leituras de Durkheim, Marx e Weber. Mesmo os círculos historiográficos marxistas, que crescem vertiginosamente nas décadas de 60 e 70, relegam-na ao segundo plano, vislumbrando um panorama essencialmente econômico/social nas suas interpretações.

O interesse pelos acontecimentos que se sucederam nas décadas de 1930 e 40 elevam o campo político novamente ao primeiro plano dos debates. Com o surgimento do Fascismo e do Nazismo, a consolidação do Socialismo e o conflito mundial que envolveu Estados democráticos e totalitários, novos horizontes de pesquisa e de reflexão se abriram aos historiadores. A Nova História Política surge, então, na década de 1960, buscando preencher essa lacuna que se fazia presente no campo das pesquisas em História. Nasce com vistas, entre outros, ao entendimento da dinâmica que se processa nas sociedades e em seus imaginários que leva os indivíduos a assumirem discursos políticos como filosofias de vida, a lutarem por ideais construídos e a transpassar a racionalidade em favor da paixão política.

O ressurgimento da temática do político na análise historiográfica de maneira alguma se compara ao historicismo alemão do século XIX, quando as instituições e o Estado-Nação eram os principais objetos de análise. Essa visão oitocentista e “institucionalizada” da História proporcionou o surgimento de identidades e de heróis nacionais, bem como legitimou poderes. A Nova História Política, ao contrário, busca desmontar os discursos institucionais e averiguar os mecanismos de que estes se utilizam para persuadir o seu público-alvo, bem

²⁴ BOURDÉ, Guy; MARTIN, Hervé. **As Escolas Históricas**. Dom Quixote: Lisboa, s.d.

como situá-los nos imaginários a que pertencem e analisar a sociedade em que foram construídos.

Toma-se, portanto, a política como “um lugar de gestão do social e do econômico”²⁵, uma instância que, ao contrário do que pregavam as escolas marxista e dos *Annales*, interage com o econômico e o social em igualdade, sendo tanto determinada por estes quanto determinante para sua direção. Dentro deste novo pensamento, faz-se necessária a busca da “compreensão da formação e evolução das racionalidades políticas, ou seja, dos sistemas de representações que comandam a maneira pela qual uma época, um país ou grupos sociais conduzem sua ação (e) encaram seu futuro.”²⁶ Neste sentido, a Nova História Política lança mão de uma metodologia diferenciada (especialmente em relação à História das Idéias e à História das Mentalidades), originada, principalmente, das mudanças ocorridas no século XX. Estes métodos visam

abandonar o estudo do institucional como paradigma dominante em favor de uma história social do poder. Daí a importância atribuída à imagética e aos sentimentos na formação das vontades coletivas, o aspecto subjetivo destas mesmas vontades, o poder e a política como fenômenos integrantes das mentalidades coletivas, as interfaces entre a religião e a política, a tensão sempre presente entre o racional e o irracional.²⁷

Em suas considerações, Ansart destaca os principais cuidados e considerações que devem nortear o historiador ao tratar das paixões públicas, esboçando uma metodologia a ser seguida pelos profissionais que se aventuram a fazê-lo. Os pontos principais desta reflexão destacam a contextualização do momento histórico no qual a paixão política está sendo

²⁵ RÉMOND, René (org.). **Por uma História Política**. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 10.

²⁶ ROSANVALLON, Pierre. Por uma História Conceitual do Político. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 15, n. 30, 1995. p.16.

²⁷ BREPOHL DE MAGALHÃES, Marion. **Nova História Política**. Mimeo. p. 4.

motivada e o caráter coletivo das mesmas, levando-se em consideração todas as peculiaridades que esta coletividade pode carregar consigo.

A questão da coletividade e das especificidades que ela pode trazer reflete-se claramente na condução dos movimentos originados das paixões políticas. Isso porque nem todos os membros de um grupo experimentam, com a mesma intensidade, os sentimentos públicos. “É preciso distinguir o lugar e o papel dos grupos militantes, seus líderes efetivos ou simbólicos, seus dizeres e seus fazeres. Eventualmente, deve-se analisar o papel excepcional de um ator individual.”²⁸ Devemos ainda levar em conta que os sentimentos e as paixões públicas são determinantes nas mudanças políticas e sociais. O historiador das paixões políticas estuda, na grande parte das obras destinadas a este recorte histórico, a relação entre ideologia, fanatismo e ação militante.

Retomando nosso tema central, qual seja, a propaganda nacional-socialista, faz-se mister elencarmos os principais organizadores da propaganda, que teria grande parcela na eficácia do círculo de paixões que se desenrolou na Alemanha do Terceiro *Reich*. Neste caso, os ideólogos do partido, dentre os quais Hitler é o primeiro, mostram-se essenciais na condução do processo que resulta na congregação de indivíduos arrebanhados pelas emoções despertadas. “Racionalizando e transformando o imaginário, criando modelos diversos de legitimação, o ideólogo induz um conjunto de conseqüências simbólicas e práticas”²⁹, dando a matéria-prima a ser utilizada pelo propagandista.

A ideologia, enquanto sistema intelectual estruturado, oferece apenas o esboço abstrato que precisamente importa transformar, adaptar, para responder às exigências do movimento. O verdadeiro locutor político não é o agente dócil de uma repetição, e sim aquele que sabe

²⁸ Ibid., p. 155.

²⁹ ANSART, Pierre. **Ideologias, Conflitos e Poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 19.

reproduzir as formas, transformando-as de acordo com as situações, e é esta manipulação adaptada do verbo que permitirá melhor persuasão.³⁰

Ao ditar para Hess, na prisão de Landsberg, as palavras de “Minha Luta”, Hitler transpunha para o papel não apenas sua biografia e suas idéias políticas, mas todo um *script* que, no sentido que Balandier explora³¹, será levado a cabo pela teatrocrazia nazista. Estabelecendo os inimigos a serem subjugados e os caminhos a serem percorridos, bem como os papéis a serem interpretados pelos mais diferentes atores sociais, Hitler prepara o terreno para a propaganda, que irá inspirar o imaginário social e moldará, segundo suas necessidades, grande parte da opinião pública alemã.

(...) a ideologia política renova a função tradicional dos mitos e das religiões, a de garantir o consenso social construindo um modelo do social, um paradigma, que designa as posições sociais ao mesmo tempo em que as justifica. É preciso, na verdade, frisar que a ideologia, à maneira dos mitos, tece uma imagem das divisões sociais, das igualdades e desigualdades e proporciona o verdadeiro saber relativo ao sistema social.³²

Os propagandistas, por sua vez, encontram nas “verdades” pronunciadas pelos ideólogos os elementos para abordar o público através dos materiais por eles produzidos. No caso da propaganda nazista, o alcance destes materiais foi, pela primeira vez, elevado exponencialmente pelos meios de comunicação massiva. Através deste material discursivo, o propagandista insere as visões do ideólogo na arena política.

Compreendemos aqui a arena política como o campo de trânsito de atores e de idéias políticas, bem como o campo de ação da propaganda. Trata-se de uma visão estrutural do ambiente (físico ou não) político, que tem no cultivo de debates, idéias e valores sua função

³⁰ Ibid., p. 16.

³¹ BALANDIER, Georges. **O Poder em Cena**. Brasília: Univ. de Brasília, 1982.

³² ANSART, op. cit., p. 41.

por excelência. O discurso é a moeda de troca nesta arena, e se pauta por fazer uso de qualquer meio, modo ou veículo para se fazer presente. Podemos encontrar elementos pictóricos, como as fotografias, os pôsteres e desenhos, agindo como constituintes de um determinado discurso. Pode-se ainda utilizar diferentes tonalidades alocutivas, como uma fala tranqüila ou outra mais estridente ou ainda um discurso humorístico, que atinge de forma diferente o público quando comparado a um discurso sério e lacônico.

Estas diferentes formas de promover a *Weltanschauung* propagada pela ideologia obedecem a algumas regras técnicas, que já foram abordados por diferentes teóricos da propaganda.

1.2. Teorias da propaganda

Domenach, em seu livro “Propaganda Política”, busca analisá-la através do filtro proporcionado pelas experiências da máquina propagandística nazista e pela propaganda leninista. Sua grande contribuição, entretanto, é a estipulação de algumas leis e técnicas³³ que os profissionais da persuasão seguem, as quais listamos abaixo:

1^a. Lei de Simplificação e do Inimigo Único: trata-se de uma regra básica, mas freqüentemente deixada de lado pelos profissionais da propaganda. Nas mensagens levadas a público, o propagandista deve adaptar o discurso a fim de tornar possível o entendimento para o alvo mais obtuso. Nesta simplificação, o inimigo único torna-se premissa natural, pois para facilitar a apreensão da mensagem, a cada peça propagandística apenas um inimigo deve ser atacado.

2^a. Lei de Ampliação e Desfiguração: é o exagero que muitas vezes a propaganda traz consigo. Podemos notar essa característica da natureza da propaganda política naquelas destinadas à criação de um “salvador” e no exagero de suas qualidades, bem como na

³³ DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955. p. 56-76.

desfiguração de seus inimigos. A mentira e a adequação de informações a seus interesses também se enquadram nessa lei.

3^a. Lei da Orquestração: um governo, partido ou candidato, ao preparar uma propaganda, tem de levar em conta o público que vai ter contato com ela e o tema da mesma. Também deverá decidir em que meios serão veiculadas as mensagens, sejam escritos, falados ou audiovisuais. A orquestração de todos esses fatores é um jogo permanente, que deve ser realizado com cuidado, a fim de não se perder todos os pontos que já tenham sido ganhos.

4^a. Lei da Transfusão: uma sociedade é composta não somente por indivíduos com idéias singulares, mas também de um imaginário que é a ela legado e que é constantemente transformado. Neste imaginário residem imagens, sentimentos e conceitos presentes no inconsciente, individual e coletivo, e que têm constante rotatividade no seu cotidiano. A propaganda política, em especial a fascista, prima por acessar esse conjunto de elementos inconscientes (ou reprimidos por convenções morais e/ou sociais) e reavivá-los conforme sua necessidade, buscando elevar exponencialmente os sentimentos por eles gerados. Assim, esses elementos emprestam à propaganda toda sua bagagem de sentimentos e alterações psicológicas que já traziam há gerações, transferindo-os ao objeto da propaganda como se este recebesse uma transfusão.

5^a. Lei da Unanimidade e do Contágio: Nessa lei encontramos o objetivo de todo propagandista: conseguir a unanimidade e convencer a população de que suas idéias são melhores que as do adversário. Métodos para conseguir tal façanha são vários, e vão desde a repressão violenta da população até a repetição incessante do anúncio. A volatilidade das opiniões e convicções pessoais é constante objeto de análise de cientistas e psicanalistas. Dentre estes estudos, o mais conhecido é o “Experimento Asch”, no qual

se apresentava a três pessoas uma tela com três linhas e se perguntava qual era a mais longa. (...) sem que os voluntários soubessem, a segunda e a terceira pessoa eram de fato experimentadores. Era perfeitamente óbvio qual era a linha mais longa; não havia dúvida quanto à resposta certa, mesmo para alguém com a pior das vistas e a mais reduzida inteligência. Depois de algumas rodadas em que todos escolhiam as linhas corretas, os dois experimentadores começavam a escolher a mesma linha errada, uma que era identificável e patentemente mais curta que a de fato mais longa das três. No início o voluntário protestava

e apontava a verdade, mas, com assombrosa rapidez, passava a seguir a opinião dos outros dois.³⁴

Esse experimento evidencia os mecanismos através dos quais as “certezas” do indivíduo podem ser também modificadas, bastando, para tanto, que outros semelhantes demonstrem mais certeza que ele. Diante disso, a força da propaganda fica evidente, pois o convencimento fica ainda mais facilitado quando agentes externos guiam o indivíduo ao “caminho mais correto”.

As “regras” para uma maior eficácia da propaganda, expostas por Domenach, são recomendações a serem seguidas pelos profissionais ao produzirem mensagens para todo meio de difusão, textual ou imagético, pois qualquer meio é via fortemente capacitada a modelar o imaginário de uma nação, em especial o político. Trata-se, pois, de uma teoria qualitativa da produção de mensagens propagandísticas, a qual foi concebida sob o reflexo da propaganda totalitária, mas que se pretende universal, sendo destinada também para o público e para os profissionais inseridos em sociedades pluralistas.

Já Tchakhotine³⁵, ao estudar especificamente a propaganda nazista, relaciona sua propriedade “contagante”, para utilizarmos o termo empregado na 5ª Lei de Domenach, ao estudo clássico de Pavlov sobre reflexo condicionado.

Tchakhotine organiza os reflexos inatos do homem em impulsos: agressivo-libertário de posse-consumo, sexual e protetivo. Para ele, os efeitos da propaganda sobre as pessoas podem ser explicados pelo condicionamento das respostas básicas a esses impulsos mediante a exposição a estímulos sensoriais tais como cores, formas, símbolos gráficos, sons, melodias, espetáculos complexos. Assim, a coincidência de um símbolo com um ato de força contra nós fará, se repetida, com que o símbolo mesmo nos desperte terror ou

³⁴ ROBERTS, Andrew. **Hitler & Churchill: segredos da liderança**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. p. 164-5.

³⁵ TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

raiva; uma canção associada a um estado de euforia (suponhamos, um evento de paixão retribuída) motivará, ela mesma, novo estado de euforia.³⁶

Tchakhotine reflete ainda que a introjeção de valores e sentimentos provenientes da mensagem propagandística está relacionada ao ambiente e à forma com que esta mensagem está relacionada. Assim, no regime nazista, a propaganda está intimamente relacionada à violência e ao retorno de valores característicos da nobreza e da burguesia. Enquanto aqueles que se identificavam com a mensagem passada necessitariam de menos estímulos para a introjeção, bastando para isso a identidade com o partido e com a aura militarista e autoritária que era passada pelos militantes, os cidadãos que não compartilhavam da *Weltanschauung* nazista eram condicionados a aceitá-la. A forma como isso era efetuado era através da violência explícita contra os possíveis inimigos do partido.

Seguindo a linha de raciocínio de Tchakhotine, a mensagem da propaganda nazista precisava ainda se renovar, pois a manutenção dos “conformados” se dá através da constante violência que era empregada no estado nazista, o que os mantinha sob contínuo estado de alerta e de subjugação. Assim, conforme explica Lage,

a utilidade de determinados símbolos se desgasta ao longo do tempo, de modo que é necessário ativá-los: uma onda de quebra-quebra a que se associaram determinados uniformes, símbolos e gestos faz com que os mesmos uniformes, símbolos e gestos sejam temidos por algum tempo, mas não para sempre; assim, é necessário retomar o quebra-quebra para que se reative o reflexo condicionado. A propaganda nazista depende da (e consiste de esforços para a) preservação de estados emocionais de excitação ou inibição.³⁷

Além de ser uma complementação específica da 5^a. Lei de Domenach, explicando a forma de contaminação e da busca pela unanimidade nazista, as idéias de Tchakhotine se

³⁶ LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública**: um ensaio sobre a verdade conveniente. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 331.

³⁷ *Ibid.*, p. 332.

enquadram na visão de Burrhus Skinner³⁸ de que existem variáveis de controle na comunicação, ou seja, conhecendo-se as especificidades de uma sociedade, caracteristicamente algumas ações comunicativas tendem a ter uma determinada resposta, um determinado reflexo. Volta-se aqui a pensar as ações propagandísticas como produtoras de “reflexos condicionados”, reflexos estes que são constantemente reforçados e retomados pela violência contínua que caracteriza o Nazismo enquanto movimento.

As teorias de Tchakhotine também encontram apoio na idéia arendtina³⁹ de que o Nazismo era, em sua essência, um movimento em constante revitalização. A necessidade de eterno movimento se materializa na extrema violência, e esta é tida como a essência do Totalitarismo. A renovação também se dá na ostentação extensiva e ininterrupta de símbolos e imagens que retomam constantemente as idéias nacionalistas e de superioridade, bem como pela utilização de mitos políticos nas formulações discursivas. Trata-se, em verdade, do cerceamento dos indivíduos em termos emocionais, o seu isolamento para melhor controlá-los, como descreveu Arendt ao tratar do Terror.

O Terror psicológico se apóia no físico, e o físico é a concretização da violência imaginária que cerca o indivíduo permanentemente, isolando-o e deixando-o à mercê da propaganda e da ação do partido, que se torna onipresente através de associações e sociedades fomentadas e gerenciadas por ele. Essas ações refletem no plano real questões que se situavam no campo do imaginário, e esta concretização de ações no plano real é ainda mais uma demonstração de força do movimento totalitário, que impele o indivíduo a seguir seus preceitos, seja pela conformação à maioria, seja pelo deslumbramento com a força demonstrada.

³⁸ SKINNER, Burrhus Frederic. **O Comportamento Verbal**. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1978. p. 55 et seq.

³⁹ ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

Neste sentido, a obra de Ansart volta a nos orientar, demonstrando a importância de se pensar o sentimento público na constituição de dada sociedade. É preciso atentarmos para o fato de que tanto a conformação quanto o deslumbramento são frutos de emoções sentidas em relação às ações do partido nazista ou do movimento totalitário. O medo, a euforia, o ódio e o amor que o discurso ou as imagens veiculadas pelos nazistas causavam eram seus alicerces; é através deles que todo o movimento se apresentava aos alemães e angariava seu apoio.

Domenach, ao tecer comparações entre as propagandas leninista e hitlerista, traz importantes contribuições e apontamentos neste sentido. Para ele, os apelos de um e de outro se diferenciam justamente nas emoções que evocavam. Quando da Revolução Russa, Lênin e Trotsky organizaram uma campanha propagandística que se ergueu sob o lema “Terra e Paz”. Ao proclamar este *slogan*, os bolchevistas buscavam na fome dos camponeses e na esperança de um tempo melhor (sem a guerra e com condições de sobrevivência) o apelo e o argumento de apoio. Domenach pondera que

As palavras de ordem leninistas, mesmo ligando-se em definitivo aos instintos e a mitos fundamentais, apresentam base racional. Quando, porém, ao dirigir-se às multidões fanáticas, que lhe respondiam gritando ‘Sieg Heil’, Hitler invocava o sangue e a raça, importava-lhe apenas sobreexcitá-las, nelas inculcando profundamente o ódio e o desejo de potência.⁴⁰

Há, entretanto, a nosso ver, no exemplo tomado pelo autor francês, uma base emocional também para a propaganda leninista, pois esta se apegava não apenas na distribuição de terras – elemento importante na retórica bolchevista, mas que se liga essencialmente ao instinto de sobrevivência do indivíduo, à busca pelo saciar da fome – mas também na promessa de paz. Este elemento recai sobre o imaginário russo em meio à

⁴⁰ DOMENACH, op. cit., p. 40.

Primeira Guerra Mundial como uma crítica não somente à guerra, mas principalmente ao sistema imperial czarista, que levava a Rússia a infindáveis conflitos armados e à derrocada econômica e social.

Este panorama de esgotamento social poderia ser tomado como um argumento racional do *slogan* leninista se não fosse pela evocação imediata que a palavra “Paz” faz à sua contrapartida, a palavra “Guerra”. Evocada em meio a uma população exausta deste tipo de violência e cuja degradação social atingia níveis cada vez maiores, o medo da morte e o instinto de sobrevivência se sobressaem ao raciocínio lógico, e é a esses elementos que o jogo de palavras se reporta; ao alívio imediato que estas palavras, feitas realidade, trariam à população.

Não se pode, de forma alguma, reduzir a propaganda a palavras de ordem, a elementos pictóricos e aos efeitos psicológicos que eles causam (apesar da importância de os levar em consideração). Além do fato de a propaganda não ser um simples mecanismo de persuasão, mas um fenômeno sociológico⁴¹ de primeira grandeza, ela não é voltada apenas para a obtenção, por parte do propagandista, da aceitação de sua idéia pelo seu público alvo. Ela é voltada principalmente para a produção de uma ação⁴². Esta afirmação parece simples, pois notadamente a propaganda política visa a produção de um contingente de militantes que seja capaz de uma ação conjunta em favor da idéia ou da ideologia proposta. Também é certo que a propaganda mercadológica a qual Domenach chama publicidade, relegando apenas ao objeto político a denominação de propaganda visa o efeito de ação no consumidor, que teria

⁴¹ ELLUL, Jacques. **Propaganda**. The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage, 1973. Ellul argumenta que a Propaganda, mais que uma forma de venda, é fruto e sustentáculo de nossa sociedade moderna, pois além de vender constantemente a idéia de progresso – e isso não apenas no campo político, mas também no campo consumista – e, desta forma, contribuir com a manutenção da constante modernização da sociedade, ela se baseia na sociedade moderna, pois ela própria sobrevive e tem sua eficácia potencializada pela estrutura que a sociedade de massas contemporânea lhe proporciona.

⁴² A própria produção da propaganda e de seu discurso é, em termos arendtianos, uma ação. A ação, para Arendt, é uma atitude tomada pelo ser humano no espaço público que o diferencia dos demais, tendo como característica principal a criatividade. Esta ação é que permite o agir coletivo que é característico da realidade política. ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Forense: Rio de Janeiro, 1981.

de deslocar-se até a loja e efetuar a compra do objeto em questão. A idéia é clara, mas algumas ressalvas devem ser feitas ao observarmos o caso da propaganda nazista.

A relação do movimento nacional-socialista com a propaganda pode ser dividida em dois momentos bastante distintos, nos quais a intensidade e a necessidade determinam a prática da mesma. No primeiro momento, antes da chegada ao poder, a propaganda é empreendida maciçamente, visando à adesão completa e irrestrita do maior número de indivíduos. O messianismo, o racismo e a promessa revolucionária são os elementos mais marcantes do discurso propagandístico nesta fase, pois são temas de fácil absorção e que arrebanhavam um número considerável de adeptos naquele período, especialmente entre os indivíduos descrentes ou desiludidos com a política.

Podemos qualificar esta primeira fase propagandística do movimento nazista de Propaganda de Agitação, pois, seguindo a asserção anteriormente colocada, ela visava a ação dos indivíduos e o seu posicionamento entre as fileiras do NSDAP. O termo “agitação” é ainda melhor empregado quando pensamos no caráter violento que adquiriu a expansão nazista e a sua forma de se fazer prevalecer nas fronteiras alemãs. Com a criação das milícias paramilitares que ficaram conhecidas, a partir de 1921, como SA, e que tinham a missão de agitar a vida política alemã, principalmente em confrontos com os comunistas e seus paramilitares, Hitler dava não apenas uma roupagem militar ao seu partido, mas agregava ao poder de sedução do seu discurso o elemento da violência.

Foram esses homens que, pouco a pouco, modificaram o aspecto sociológico do partido e substituíram o ‘estilo cervejaria’ dos operários e pequenos comerciantes bonachões pelo tipo duro do soldado por profissão, habituado à violência. A primeira lista dos membros do partido só contém 22 soldados profissionais, entre os 193 nomes que a compunham. Para eles, o novo partido representava a possibilidade de escapar ao problema de adaptar-se à vida burguesa. E esperavam satisfazer, nas fileiras do partido, a necessidade de novas estruturas comunitárias que surgira da camaradagem legendária das trincheiras. Queriam

também exprimir assim, para além da guerra, o desprezo pela vida e pela morte que lhes tinha sido infundido no *front*.⁴³

Originariamente desenvolvida para organizar e zelar pela segurança dos discursos nazistas, a SA teve papel importante ao promover os “quebra-quebras” durante a ascensão do partido. Pois assim, além de promover o constante estado de excitação das massas e da população que os presenciavam em ação, dava-lhes a ilusão de força atribuída aos seguidores de Hitler, ilusão esta que acarretava no sentimento de segurança ao indivíduo que se tornasse membro do NSDAP.

Esta propaganda de agitação visa, portanto, aflorar os sentimentos de ódio (através principalmente das referências aos judeus e aos comunistas) e de medo (pela violência demonstrada), bem como a paixão política, através da conclamação à militância ou do fomento à aclamação do líder carismático. A função deste na construção do movimento totalitário é sublinhada por Hannah Arendt⁴⁴ e por vários outros estudiosos do fenômeno nazista. Trata-se de um elemento importante, cuja relação com a propaganda não pode ser menosprezada.

A questão da dominação carismática teve, entre seus primeiros estudiosos, Max Weber, que em seu texto clássico, “Os três tipos puros de dominação legítima”⁴⁵, faz uma diferenciação das três formas de poder por ele catalogadas. Além da dominação legal e da dominação tradicional, o autor aponta a existência da dominação carismática. Esta seria causada pelas características “sobrenaturais” do líder, que podem ser

(...) faculdades mágicas, revelações ou heroísmo, poder intelectual ou de oratória. O sempre novo, o extracotidiano, o inaudito e o arrebatamento emotivo que provocam constituem

⁴³ FEST, Joachim. **Hitler**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1976. p. 156.

⁴⁴ ARENDT, **Origens...**

⁴⁵ WEBER, Max. Os três tipos puros de dominação legítima. In: COHN, Gabriel (org.). **Weber**. São Paulo: Ática, 2001. Col. Grandes Cientistas Sociais. p. 128-141.

aqui a fonte de devoção pessoal. Seus tipos mais puros são a dominação do profeta, do herói guerreiro e do grande demagogo. A associação dominante é de caráter comunitário, na comunidade ou no séquito. O tipo que manda é o líder. O tipo que obedece é o “apóstolo”. Obedece-se exclusivamente à pessoa do líder por suas qualidades excepcionais e não em virtude de sua posição estatuída ou de sua dignidade tradicional; e, portanto, também somente enquanto essas qualidades lhe são atribuídas, ou seja, enquanto seu carisma subsiste. Por outro lado, quando é “abandonado” pelo seu deus ou quando decaem a sua força heróica ou a fé dos que crêem em suas qualidades de líder, então seu domínio também se torna caduco.⁴⁶

Na dominação carismática a propaganda não perde importância, visto que, pelo contrário, as qualidades do líder devem ser constantemente reforçadas. O primeiro movimento da ação propagandística ocorre na construção da aura carismática, pois, em grande medida, as “faculdades mágicas” e o poder emanante do chefe são frutos de ostentação intensificada destes valores, como exemplifica Andrew Roberts, ao escrever sobre a intensidade do olhar de Hitler apercebida pelos demais:

Um enorme número de pessoas atesta o efeito estranhamente poderoso que os olhos de Hitler tinham sobre os outros. O embaixador francês Robert Coulondre pareceu trespassado por eles, e o dramaturgo Gerhart Hauptmann contou que tê-los visto foi o momento mais importante de sua vida. Martha Dodd, a filha do embaixador americano, declarou que eram “assustadores e inesquecíveis”. A irmã de Nietzsche, Elisabeth, disse deles: “Buscavam-me... em toda parte.” Ligeiramente projetados e quase sem pestanas, os olhos do Führer exerciam um efeito curiosamente hipnótico, ou pelo menos passaram a fazê-lo depois que a propaganda nazista espalhou esse dom. Na criação do carisma, boa parte é auto-sugestão, e se Coulondre, Hauptmann e Dodd não tivessem ouvido falar antes do poder dos olhos de Hitler, é provável que não o tivessem notado.⁴⁷

A “aura”, portanto, acaba sendo criada antes mesmo do encontro, minando todas as possíveis resistências do indivíduo no seu inconsciente. Ao se deparar então com o *Führer*, o

⁴⁶ Ibid., p. 134-5.

⁴⁷ ROBERTS, op. cit., p. 64.

indivíduo vê as características dos olhos se destacarem, tomando proporções colossais. Assim, a propaganda cumpre seu papel também na conservação do poder carismático, mantendo acesa a fascinação popular por seu líder. Esta conservação faz parte já da segunda fase do movimento totalitário e de sua relação com a propaganda.

A segunda fase da propaganda nazista começa a se manifestar a partir da chegada ao poder, mais especialmente a partir de 19 de Agosto de 1934, quando um plebiscito concede, com 89,93%⁴⁸ de concordância, poderes totais ao novo *Führer* da Alemanha. Esta fase continua tendo, como base de sustentação nazista, a propaganda, a ideologia e o líder carismático. Porém, o Terror físico e psicológico, conforme indicado por Arendt, toma gradualmente proporções sem precedentes, e, assim, a propaganda ganha um novo sentido na política nacional-socialista.

A propaganda passa a exercer um papel norteador, no que podemos chamar de propaganda unificadora. Neste novo momento, a função da propaganda é de uniformização da sociedade através da uniformização da *Weltanschauung*. Esta *Weltanschauung* já era tida pelos simpatizantes nazistas em 1933 como determinada e certa, como mostra Ian Kershaw, ao afirmar que

Weltanschauung significava para a maioria dos simpatizantes nazistas em 1933 nada mais preciso que a produção de um novo espírito de sacrifício e força, necessários para o combate dos inimigos internos e externos do povo alemão nos interesses da unidade nacional e da harmonia. Que este novo espírito era em grande parte baseado nos já existentes valores da pequena burguesia não diminui a intenção revolucionária de atacar as mentalidades já existentes. A existência confortável e materialista da pequena burguesia não era o objetivo em vista, mas a construção de um povo à imagem de um exército – disciplinado, jovial, fanaticamente orientado e obediente até a morte à causa.⁴⁹

⁴⁸ SNYDER, Louis. **Macro-Nationalisms: A History of Pan-Moviments**. Londres: Greenwood, [198_].

⁴⁹ KERSHAW, Ian. **Popular Opinion and Political Dissent in the Third Reich**. Bavaria – 1933-1945. Oxford: Oxford, 2002. p. 1-2. Trad. livre do autor: “*Weltanschauung* meant for most Nazi sympathizers in 1933 nothing more precise than the engendering of a new spirit of sacrifice and struggle, necessary to combat the internal and external enemies of the German people in the interests of national unity and harmony. That this new

A quantidade e a intensidade da propaganda podem ser diminuídas, pois a partir de então se pode contar com outro fator na inculcação das idéias nazistas nas massas: o Terror. Ele mantém os indivíduos em eterna vigilância e em sujeição permanente, o que facilita o trabalho do ideólogo. Assim, se o anti-semitismo era a ordem primeira no Estado Nazista em busca da *Volksgemeinschaft*, da comunidade do povo ariana e igualitária, seria pouco provável que um alemão se levantasse contra este preceito da política nazista. Isso porque, com o advento do Terror, toda a ideologia totalitária e suas predições se tornam verdade, uma vez que seu ambiente está controlado.

A essa altura, discutir a verdade ou a mentira da predição de um ditador totalitário é tão insensato como discutir com um assassino em potencial se a sua próxima vítima está morta ou viva – pois, matando a pessoa em questão, o assassino pode prontamente demonstrar que a sua afirmação era correta. (...) Antes que os líderes das massas tomem o poder para fazer com que a realidade se ajuste às mentiras que proclamam, sua propaganda exhibe extremo desprezo pelos fatos em si, pois, na sua opinião, os fatos dependem exclusivamente do poder do homem que os inventa.⁵⁰

A propaganda, conforme assinala Arendt, com o advento do Terror e do controle absoluto do Estado Totalitário, é gradualmente transformada em doutrinação⁵¹. Busca-se, em verdade, uma re-educação daqueles que ainda não cerram fileiras junto aos militantes nazistas – pois estes, ao contrário, já estão doutrinados e já devotam lealdade total ao seu líder e à sua ideologia.

‘spirit’ was in large part based upon existing petty-bourgeois values does not detract from the revolutionary intent of the assault on existing mentalities. A comfortable, materialist, petty-bourgeois existence was not the end in view, but the moulding of a people in the image of an army – disciplined, resilient, fanatically single-minded, obedient to death for the cause.”

⁵⁰ ARENDT, op. cit., p. 399.

⁵¹ Ibid., p. 390.

1.3. Estratégias de padronização do público-alvo: a elite, os homens de confiança, os simpatizantes e os indiferentes

Não por acaso dois são os elementos sociais necessários para a ascensão de um movimento totalitário de massas: o primeiro é a atomização social, conseguida com a descaracterização do indivíduo em relação ao grupo ao qual pertenceria. Trata-se de um processo de “desenraizamento” do seu segmento social, no qual o indivíduo tem sua identidade quebrada principalmente graças aos sentimentos de desilusão e de incapacidade, o que acarreta também o sentimento de não-pertença e, conseqüentemente, de isolamento.

Nesse campo vasto da sociedade alemã é que os movimentos de massa encontraram sua matéria-prima, dentre aqueles que não eram alinhados nem a classes sociais nem a organizações políticas. “A verdade é que as massas surgiram dos fragmentos da sociedade atomizada, cuja estrutura competitiva e concomitante solidão do indivíduo eram controladas apenas quando se pertencia a uma classe. A principal característica do homem da massa não é sua brutalidade nem a rudeza, mas o seu isolamento e a falta de relações sociais normais”⁵².

O segundo elemento social apontado por Arendt como essencial na constituição do movimento e do Estado totalitário é a ralé. Segundo a autora,

A ralé é fundamentalmente um grupo no qual são representados resíduos de todas as classes. É isso que torna tão fácil confundir a ralé com o povo, o qual também compreende todas as camadas sociais. Enquanto o povo, em todas as grandes revoluções, luta por um sistema realmente representativo, a ralé brada sempre pelo ‘homem forte’, pelo ‘grande líder’. Porque a ralé odeia a sociedade da qual é excluída, e odeia o Parlamento onde não é representada.⁵³

⁵² Ibid., p. 366-7.

⁵³ Ibid., p. 129.

A ralé é, portanto, o conjunto de indivíduos provenientes das classes sociais que não encontram identificação com sua representação. É um estrato social apolítico no sentido de ser desinteressado pela política, uma vez que sua luta é pelo homem forte e pelo líder messiânico. A violência é sua moeda discursiva diante do espaço público e visa tão somente compensar seu sentimento de exclusão, sentimento este que a leva a acreditar tão prontamente em teorias conspiratórias, afinal, em sua idéia, só pode ser excluída graças a uma rede de intrigas. É este sentimento que impulsiona a ralé, em tempos de crise, a tomar seu lugar no espaço público; do contrário, seu posicionamento é a apatia.

A relação entre estes dois elementos sociais na constituição do movimento totalitário se faz clara na análise histórica do Nazismo. A massa atomizada é individualista e individualizada por natureza, sendo, portanto, desestruturada. A ralé é emotiva em sua ação e, por isso mesmo, os mais talentosos líderes das massas surgiram deste estrato da sociedade⁵⁴. Assim, a unidade que era representada durante o império guilherminiano e o sentimento nacionalista transformaram-se em apatia com a perda da guerra e com a miséria que se abateu sobre o país. Na ralé, entretanto, a apatia deu lugar ao sentimento de indignação, fazendo surgir os líderes de retórica conspiracionista⁵⁵ anti-semita que tanto chamavam a atenção das massas, dando-lhes explicações sobre o inexplicável.

Desta forma um partido composto basicamente por membros da ralé, como era o NSDAP, liderado por um líder carismático nos moldes de Hitler, pôde montar uma estrutura que pôs a funcionar um movimento que arrebanhou as massas e conseguiu chegar ao poder. A estrutura básica do movimento totalitário nazista contava, além da retórica acima citada e do carisma do líder, com sua organização paramilitar (a SA), destinada a promover tumultos e

⁵⁴ Ibid., p. 367.

⁵⁵ Erich Ludendorff e Wolfgang Kapp, que tomariam parte na tentativa de tomada de poder em 1920, e Julius Streicher são alguns dos principais líderes que surgem nesta conjuntura, desembocando no exemplo maior que é o próprio Hitler.

demonstrar força diante dos opositores, bem como a garantir a segurança dos eventos nazistas; organizações intrapartidárias que organizavam os militantes, voltando-os unicamente ao partido; e uma máquina propagandística que cobriria todo o território alemão e influiria diretamente na agremiação dos militantes.

Visando suscitar emoções públicas por sua ideologia ou seu líder – como a demonstração dada por Goebbels, que figura nas primeiras linhas desta dissertação – é que este aparato é usado, focando-se nas massas. Este organismo, que ganhava vida própria, é relegado a uma pretensa insignificância pelos demais corpos políticos operantes naquele momento e pela burguesia, pois todos viram no movimento nazista uma futura massa de manobras, uma forma de angariar capital político que, mais tarde, através de acordos ou de comprometimento financeiro, poderia ser manipulada. Todos “consideraram o movimento nazista em seus próprios termos de filosofia política da ralé, e não perceberam o apoio independente e espontâneo das massas aos novos líderes da ralé, nem o genuíno talento desses líderes para a criação de novas formas de organização”⁵⁶.

Relação diferente foi estabelecida entre o movimento totalitário e a elite, especialmente a elite cultural, que via na violência e na guerra a maneira mais apropriada de demonstrar sua indignação com a sociedade do pós-guerra julgada desigual e hipócrita. A nova ordem mundial deveria, a seus olhos, ser niveladora, e não existe fenômeno mais nivelador que a morte. Assim,

O pronunciado ativismo dos movimentos totalitários, sua preferência pelo terrorismo em relação a qualquer outra forma de atividade política, atraíram da mesma forma a elite de intelectuais e a ralé, precisamente porque esse terrorismo era tão diferente daquele das antigas sociedades revolucionárias. (...) O que era tão atraente é que o terrorismo se havia tornado uma espécie de filosofia através da qual era possível exprimir frustração, ressentimento e ódio cego, uma espécie de expressionismo político que tinha bombas por

⁵⁶ ARENDT, op. cit., p. 367-8.

linguagem, que observava com prazer a publicidade dada a seus feitos estrondosos e que estava absolutamente disposto a pagar com a vida o fato de conseguir impingir às camadas normais da sociedade o reconhecimento da existência de alguém.⁵⁷

No seu caminho até o poder, estes elementos sociais formam a base de sustentação do movimento, e precisam, por isso mesmo, devotar lealdade cega ao líder totalitário e a sua ideologia. É nesta fase do movimento que se consegue recrutar os mais fanáticos seguidores da ideologia, pois com a implantação do Estado totalitário observa-se muito mais uma busca pela conformação da população que pelo arrebanhamento de seguidores fanáticos – apesar de isto ainda ser feito, especialmente entre as camadas mais jovens da sociedade, através da Juventude Hitlerista e seu similar feminino. Na fase pré-poder o fanatismo e a militância são elementos fundadores, e a lealdade ali conquistada é determinante na condução da política estatal totalitária. Entretanto, “o que caracteriza a sua lealdade não é a crença na infalibilidade do Líder, mas a convicção de que pode tornar-se infalível qualquer pessoa que comande os instrumentos de violência com os métodos superiores da organização totalitária.”⁵⁸

Ao chegar ao poder, o movimento totalitário busca se institucionalizar, utilizando em sua fundamentação a “tríade totalitária”, qual seja, o poder de sedução do líder carismático, uma ideologia para conduzir as mentes através da nova face doutrinária da propaganda e o terror para bitolá-las. O terror, a fim de existir, necessita de um aparato estatal fortemente autoritário e voltado à sujeição dos indivíduos. Fazem parte deste aparato uma polícia secreta, que recebe a condição de mantenedora da ordem e da segurança (que antes era creditada ao Exército), e passa à população o sentimento de eterna vigilância; e a propaganda, que veicula constantemente as “verdades” (re)construídas⁵⁹ pelo Estado, a simbologia e a imagética necessárias para promover os amores e ódios políticos.

⁵⁷ Ibid., p. 381-2.

⁵⁸ Ibid., p. 438.

⁵⁹ O Estado, enquanto instituição, possui uma representação no imaginário coletivo. Trata-se ainda de uma intrincada rede simbólica, “socialmente sancionada, onde se combinam em proporções e em relações variáveis um componente funcional e outro imaginário”. (CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 159) A reconstrução em questão opera-se, portanto, em todos os níveis imaginários, da função que lhe é outorgada até a rede simbólica que lhe é característica. Operam-

Integra também este quadro uma legislação que permite a implementação do terror e a execução de penalidades para aqueles se tornam inimigos ou entraves ao sistema. No caso nazista, a emenda que garantia às palavras do *Führer* força de lei dava conta desta questão, pois o *Führer*, enquanto ser “semi-divino”, não executa pela justiça dos homens, mas sim por obedecer a uma lei superior. Desta forma, os líderes totalitários “não afirmam serem justos ou sábios, mas apenas executores de leis históricas ou naturais; não aplicam leis, mas executam um movimento segundo sua lei inerente. O terror é a legalidade quando a lei é a lei do movimento de alguma força sobre-humana, seja a Natureza ou a História.”⁶⁰

A disseminação de verdades construídas sob a máscara da Natureza ou da História atinge, assim, uma ampla e diversificada sociedade, nivelada na busca pela supremacia. Os diferentes graus de devoção e de recepção da ideologia nazista fazem com que o Estado Totalitário se molde não na estrutura piramidal, como os governos autoritários e tirânicos, nos quais a noção de autoridade perpassa por uma noção igualmente forte de dimensão superior da sociedade, mas em uma estrutura particularmente nova.

Ao proferir, durante o comício do NSDAP em 1934, sua famosa frase “*Eu sei que tudo o que vocês são, vocês são através de mim, e tudo que eu sou, eu sou apenas através de vocês*”⁶¹, Hitler se colocava como mais um entre os milhares de alemães que seguiam a ideologia nazista, em suma, inseria-se no interior do movimento nazista. Porém, também se posicionava no centro do movimento, como o norte de uma massa de seguidores que o envolvia. Colocava, portanto, no centro do movimento, a figura da autoridade, dando ao Estado Totalitário uma organização em forma de cebola, onde no centro se encontrava o *Führer*.

se então as inovações simbólicas (troca de bandeiras e símbolos nacionais) e funcionais (Estado-provedor ou regulador, por exemplo).

⁶⁰ ARENDT, op. cit., p. 517.

⁶¹ HITLER, Adolf. In: LINDHOLM, Charles. **Carisma**. Êxtase e perda de identidade na veneração ao líder. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993. p. 122.

Essa forma cebácea da organização totalitária dá ao movimento uma distinção clara das diferentes “camadas” que o constituem, do centro mais fanático, representado pelo próprio Hitler, aos alvos que se encontram fora dos limites geográficos do Estado Totalitário, como os alemães de Danzig ou os teuto-brasileiros, passando por diferentes graus de fanatismo e simpatia; até o extremo mais controverso dos possíveis opositores. A organização em forma de cebola proporciona também a necessária ilusão de normalidade para a sobrevivência do movimento, como descreve Hannah Arendt:

A grande vantagem desse sistema é que o movimento proporciona a cada um de seus níveis, mesmo sob condições de governo totalitário, a ficção de um mundo normal, ao lado de uma consciência de ser diferente dele, e mais radical que ele. Assim, os simpatizantes nas organizações de frente, cujas convicções diferem apenas em intensidade daquelas dos membros do partido, envolvem todo o movimento e proporcionam-lhe uma enganosa fachada de normalidade ao mundo exterior por sua ausência de fanatismo e de extremismo, enquanto, ao mesmo tempo, representam o mundo normal ao movimento totalitário, cujos membros chegam a acreditar que suas convicções diferem apenas em grau daquelas das demais pessoas, de tal modo que separa seu próprio mundo daquele que de fato os rodeia.⁶²

Comprova-se, portanto, a necessária ilusão de normalidade, pois, ignorando o seu caráter naturalmente anômalo, o movimento totalitário se fecha ao mundo exterior e busca sua sobrevivência aos olhos de seus próprios constituintes na diferença de atitudes dentro de seu sistema. Ou seja, os fanáticos dentro do sistema se mantêm fanáticos por existirem dentro do próprio sistema elementos mais fanáticos, o que passa aos primeiros a idéia de normalidade. Assim como para estes os militantes ou partidários são apenas elementos um pouco menos obstinados, dando a ilusão de que os fanáticos diferem apenas no grau de devoção dos militantes, e que todo o ambiente anômalo constituído pelo Totalitarismo é, na realidade, perfeitamente normal.

⁶² ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2000. p. 137.

Esta diferenciação das camadas organizacionais é pautada pela entrega do indivíduo à ideologia e pelo contato mais ou menos próximo com o poder central – contato que, por sua vez, está condicionado ao grau de lealdade do indivíduo ao Partido. Da mesma forma, a intensidade da propaganda e a forma com a qual ela é conduzida são também determinadas pela camada em que o indivíduo se encontra.

Ao eliminar os inimigos reais e ativos do movimento – como os comunistas que não puderam ser convertidos e os judeus – o Totalitarismo elimina a última camada da cebola, aquela sobre a qual a propaganda não surtiria efeito e que impossibilitaria a concretização de sua *Volksgemeinschaft*. Tendo eliminado esta parte da população de seus quadros, o Terror se encarrega de isolar o indivíduo na sociedade, fazendo com que a mensagem da propaganda, concebida agora como doutrinação, seja mais facilmente absorvida. Assim, as formas e intensidades da propaganda podem ser diferenciadas, pois o importante agora é constituir uma unidade (ou uma ilusão dela) perante a sociedade.

Temos então a propaganda que Hitler empreendia pessoalmente perante seu círculo mais íntimo, em conversas informais ou em exposições de ordens militares aos seus generais, em despachos com ministros ou em diálogos com líderes das mais diversas associações ou segmentos da sociedade. O exemplo mais cabal desta natureza de propaganda é a compilação das conversas íntimas gravadas por Martin Bormann entre Hitler e seus principais seguidores ao final de cada dia da guerra⁶³. Nelas, o *Führer* reafirma cotidianamente suas convicções e seus princípios, reavivando em seu *staff* as paixões e as desrazões que o levaram a segui-lo cegamente.

No mesmo sentido, as demais formas de propaganda visavam também promover a manutenção das crenças e dos sentimentos da população em relação ao Nacional-socialismo e a seus líderes. Através dela, dava-lhes a certeza de que estavam no caminho certo. A

⁶³ TREVOR-ROPER, Hugh (org). **Hitler's Table Talk**. New York: Enigma, 2000.

propaganda visava ainda promover a adequação daqueles que não haviam se enquadrado totalmente à *Weltanschauung* nazista ou se filiado ao Partido. Dentre estes, na grande maioria dos casos, a propaganda era usada para aliená-los pela quantidade absurda de informações desconexas disponibilizadas ou fazê-los acreditar na superioridade do modelo nazista, em demonstrações de eficácia que beiravam à ficção orwelliana. Devemos, entretanto, atentar para o fato de que nem todos os cidadãos eram plenamente atingidos e absorvidos pela propaganda em todos os momentos. O mais significativo, no entanto, é que a propaganda atingia seu objetivo geral: dar a impressão de unidade e de normalidade à população.

A forma com a qual os propagandistas buscavam a eficácia de seu material difere de caso para caso. Jacques Ellul nos dá uma visão geral das diferentes formas que qualquer propaganda pode tomar na busca de seu intento e, somando-se sua contribuição aos aspectos discutidos por Domenach e Tchakhotine, podemos ter uma visão bastante ampla da função da propaganda nazista. Segundo Ellul, a propaganda abrange quatro áreas:

Ação Psicológica: O propagandista busca modificar opiniões puramente por meios psicológicos; muito freqüentemente ele busca um objetivo semi-educativo e se endereça aos seus concidadãos.

Guerra Psicológica: Aqui o propagandista lida com um adversário externo do qual objetiva minar a moral através de meios psicológicos até que o oponente comece a duvidar da validade de suas crenças e ações.

Re-educação e Lavagem Cerebral: Método complexo de transformação de um adversário em aliado o qual pode ser usado apenas em prisioneiros.

Relações Públicas e Humanas: Estas devem necessariamente ser consideradas propaganda. Esta afirmação pode chocar alguns leitores, mas nós devemos mostrar que estas atividades são propaganda porque visam adaptar o indivíduo à sociedade, a um modelo de vida, a uma atividade. Elas buscam a conformidade, que é o objetivo de toda propaganda.⁶⁴

⁶⁴ ELLUL, op. cit., p. XVII. Trad. livre do autor: “*Psychological action:* The propagandist seeks to modify opinions by purely psychological means; most often he pursues a semi-educative objective and addresses himself to his fellow citizens. *Psychological warfare:* Here the propagandist is dealing with a foreign adversary whose morale he seeks to destroy by psychological means so that the opponent begins to doubt the validity of his beliefs and actions. *Re-education and brainwashing:* Complex methods of transforming an adversary into an ally which can be used only on prisoners. *Public and human relations:* These must necessarily be included in

Considerada pelo senso comum como uma “lavagem cerebral”, a propaganda nazista encontra-se mais em conformidade com os outros três aspectos citados por Ellul, visto que seus prisioneiros, normalmente, estavam condenados ao extermínio. Enquanto a “guerra psicológica” pode ser relacionada especialmente aos primeiros embates contra o Partido Comunista, do qual os nazistas retiraram vários adeptos, a “ação psicológica” e as “relações públicas e humanas” podem ser consideradas importantes meios de propaganda tanto na fase de propaganda de agitação quanto na fase de propaganda de unificação.

Não são raras as referências à propaganda totalitária como uma forma precisa e infalível de dominação – referências estas que acabam se estendendo também para as propagandas publicitárias atuais. Quando citamos Pierre Ansart no início deste capítulo, levantando a questão do cuidado do analista com o papel do ator individual e das massas na condução das paixões públicas, vamos de encontro a esta preocupação. É certo que os nazistas conseguiram, em boa parte, a produção deste ambiente de dominação. Porém, acreditar que todos os alemães estavam presos às rédeas da propaganda ideológica nazista, acatavam todas as suas idéias e eram totalmente dominados é uma forma enganosa de analisar o objeto.

Esta idéia vai contra o próprio princípio de organização do Estado nazista em forma de cebola, conforme Hannah Arendt o concebeu. Existem diferentes modalidades de aceitação e de engajamento dentro do sistema, assim como há diferentes níveis de relações emocionais dos indivíduos para com o Partido e sua ideologia. Ian Kershaw⁶⁵ nos apresenta este quadro ao verificar a existência de oposição dentro do sistema frente a algumas decisões e ações dos nazistas. Seus principais exemplos são a oposição de alguns segmentos da população ao

propaganda. This statement may shock some readers, but we shall show that these activities are propaganda because they seek to adapt the individual to society, to a living standard, to an activity. They serve to make him conform, which is the aim of all propaganda.”

⁶⁵ KERSHAW, op. cit.

programa de eutanásia de deficientes mentais e o descontentamento dos religiosos perante algumas ações do governo em relação às igrejas.

Sem incorrer à generalização, devemos entretanto perceber que a propaganda foi responsável por boa parte da sustentação do regime nazista, bem como por sua caminhada até o poder. Quando já estabelecido, é inegável a capacidade que o sistema teve de, ao unir a propaganda ao terror, promover a ilusão de uma sociedade coesa e coerente com a ideologia nazista. Concordando com Kershaw em suas afirmações, mas sem perder de vista este fato, podemos nos questionar em que sentido e intensidade a propaganda nazista era persuasiva.

Nesta pesquisa, buscamos na produção e veiculação de charges pela imprensa “marrom” luzes a respeito do papel da propaganda e da intensidade com que era lançada sobre os indivíduos, nos diferentes graus de suas relações com a ideologia e a *Weltanschauung* nazistas. Assim, levando em conta a ilustração arendtiana da “cebola totalitária”, analisaremos como uma peça da propaganda nazista, no caso, a charge, comporta-se quando direcionada a públicos distintos no que tange ao fanatismo, ao contato ideológico e mesmo ao posicionamento geográfico em relação ao centro do sistema.

1.4. Atingindo o público-alvo: as charges como meio de propaganda

A propaganda, enquanto meio persuasivo, esteve presente em toda a composição do movimento e do Estado nazistas. As charges, por diversos fatores, mostram-se uma peça propagandística muito utilizada nos dois momentos por nós destacados da disseminação da ideologia nazista.

Temos como pressuposto que se trata de uma linguagem extremamente eficaz, pois, enquanto discurso pictórico, promove a quase imediata absorção da mensagem. Esse

imediatismo eleva o número dos “leitores” da charge, visto que tampouco a habilidade da leitura se faz necessária. Analfabetos e crianças também fazem parte do público consumidor das charges e, em certa medida, também são por elas influenciados na constituição de uma opinião própria sobre o assunto abordado. Temos, entretanto, de fazer a ressalva que, para compreender a charge, o espectador tem de estar inserido em seu contexto ou ter conhecimento do contexto sob o qual a charge foi criada. Assim como qualquer espécie de linguagem, a charge, para ser entendida, precisa chegar àqueles que detêm as chaves para interpretá-la corretamente.

A charge é uma representação artística que faz um corte transversal no tempo ao expor elementos que provocaram alguma ruptura na normalidade histórica e, por isso, mereceram alguma espécie de crítica ou registro em desenho. É, portanto, uma visão plena de parcialidade, pois carrega consigo não só as idéias e preconceitos do seu autor-desenhista, como também toda a linha editorial do meio no qual ela é inserida. Assim, justifica-se a utilização das charges como uma fonte legítima de análises históricas, no mesmo grau em que uma matéria jornalística também o é.

Na metodologia de análise de charges percebemos alguns cuidados que devemos ter antes de estipularmos valores maniqueístas aos desenhos. O primeiro é a percepção das características do meio no qual a charge é reproduzida. A linha editorial do jornal ou revista muitas vezes dá ao historiador a noção do público ao qual a charge é dirigida. Uma charge veiculada no *Völkischer Beobachter*, jornal oficial do Partido Nazista, jamais retrataria amistosamente judeus e comunistas. Assim sendo, é de se supor que nem judeus nem comunistas fossem compradores regulares do diário em questão.

Outro fator que se deve pesar no estudo destas fontes é a composição da mesma, especialmente levando-se em consideração o lugar no qual o desenho é ambientado, as mensagens contidas no segundo plano da charge e as expressões das personagens. Estas são

determinantes na interpretação do sentido do desenho, tanto em relação ao reconhecimento dos personagens nele retratados quanto de suas expressões, pois são elas que demonstrarão os “sentimentos” dos personagens.

Desta forma, o desenho se divide em duas partes: o lugar em que é representado, que pode fazer referência a uma localidade histórica, a um cenário específico ou a um ambiente imaginado; e os indivíduos representados, que podem ser atores políticos ou arquétipos de determinado grupo político ou etnia. A especificação do retratado passa pelo reconhecimento do público, o que exige a perícia do desenhista em relação aos traços permanentes, ou seja, os traços determinantes e imutáveis da figura. A relação do personagem com o ambiente em que é retratado é levada ao reconhecimento do público através dos traços não permanentes, ou seja, os traços que denotam emoções, como demonstra o esboço de Will Eisner abaixo.

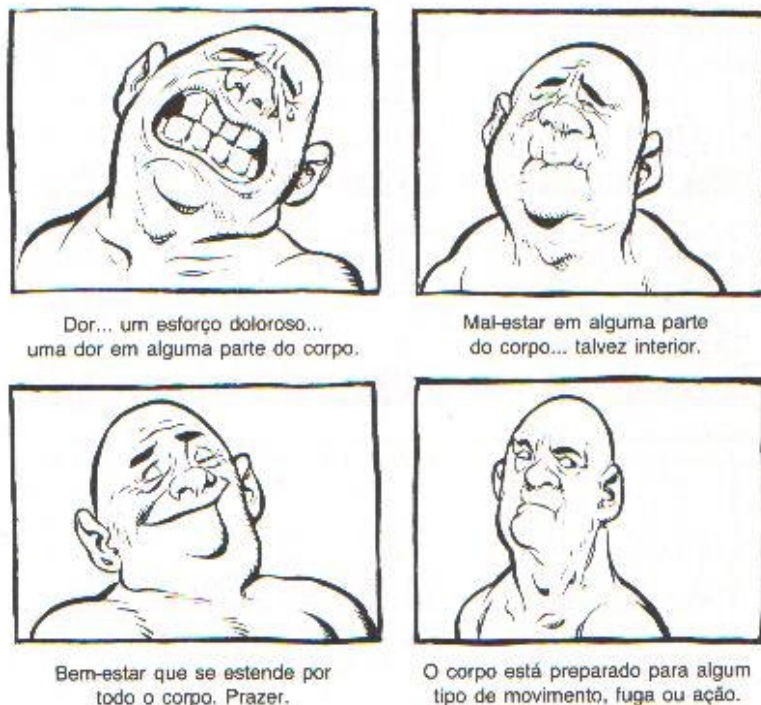


Fig. 1. EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial.** São Paulo: Martins Fontes, 1995. p. 109.

Observamos, assim, que os traços não-permanentes acabam por demonstrar a condição momentânea da personagem, suas emoções e estado de espírito. Aliada aos traços não-permanentes do rosto, a linguagem corporal acaba por complementar a idéia formulada sobre o caráter instantâneo do desenho.

O exemplo abaixo demonstra, em traços bastante simples, de que forma a postura da personagem pode influir na concepção da idéia formada sobre ela. A determinação da emoção pelo corpo do desenho apenas vem a reforçar o demonstrado pelo rosto da caricatura, mas pode acabar favorecendo a simpatia ou antipatia do leitor diante daquele personagem de acordo com a ação empreendida pelo personagem caricaturado, que pode ainda divergir do expressado pelas palavras ou pela face.

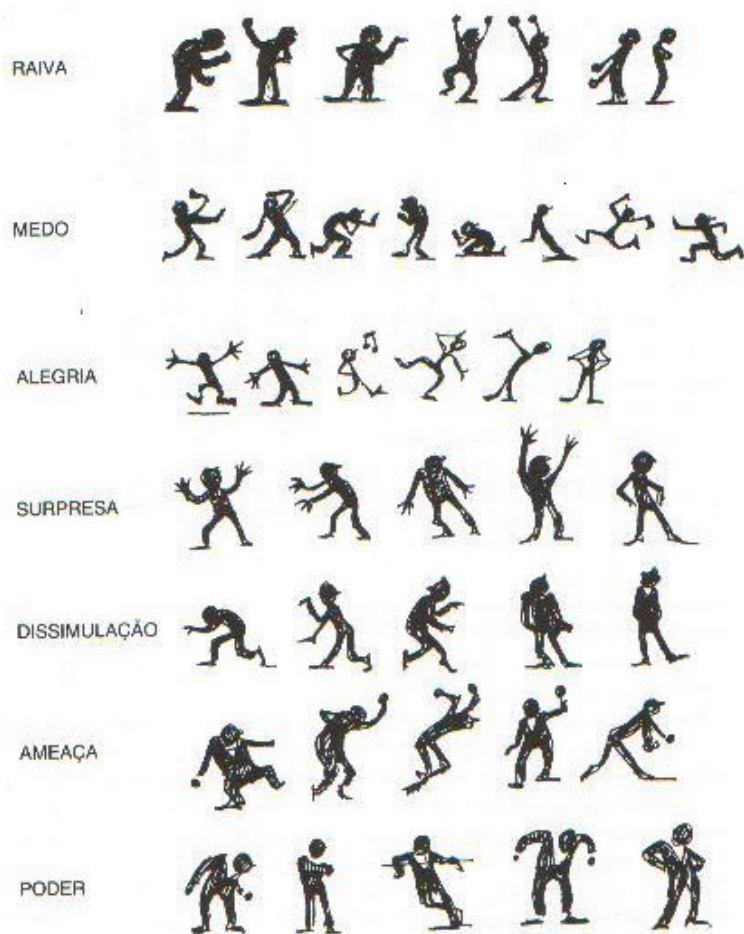


Fig. 2. EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial.** São Paulo. Martins Fontes, 1995. p. 102.

A grande “arma” das charges, entretanto, não são os detalhes técnicos que consideramos até aqui. Trata-se, em verdade, do humor, que perpassa a grande maioria das charges e atua como um agente corrosivo. A ridicularização de ações e de personagens através das charges tem, como seu principal promotor, o riso que a situação cômica retratada incita. O escárnio provocado sobre as figuras retratadas nas charges promove o riso do leitor que, ao rir, subjuga-as inconscientemente. Desta forma, a sátira diminui e desmitifica o “inimigo”, colocando-o numa situação de inferioridade em relação ao próprio leitor.

Esta ação tem seu desdobramento no estado consciente do indivíduo, que perde o respeito e o possível medo. O medo e o respeito são sentimentos aflorados por pessoas que

consideramos superiores ou iguais, que de alguma forma podem nos prejudicar. Ao rirmos se esvaem ambos os sentimentos, restando apenas os de preeminência e, num extremo, de ódio ao retratado. As charges se mostram ainda um agente eficiente na obtenção de apoio a uma causa ou a um personagem político e, assim, torna-se um agente de formação da opinião pública. Por ser normalmente veiculada na *mass media*, a charge atinge uma grande quantidade de indivíduos que, ao rirem da idéia passada, inconscientemente concedem-lhe sua concordância.

Essa dinâmica é trazida até nós pela teoria freudiana do humor⁶⁶. Nela, o psicanalista austríaco defende que o riso seria um liberador das emoções reprimidas. Desta forma, por propiciar o prazer da liberação do *stress* emocional, o riso seria uma manifestação individual e egoísta. “O riso compensa, em seus efeitos, o dispêndio contínuo de energia, exigido para manter as proibições que a sociedade impõe e os indivíduos internalizaram.”⁶⁷

É neste ponto da teoria freudiana que encontramos a influência que o humor pode exercer sobre os indivíduos. A sensação prazerosa aflorada pelo riso causa no ouvinte/leitor um sentimento de “dívida” para com o comediante. Desta forma, inconscientemente, o espectador acaba por assimilar as idéias transmitidas pelo chiste como certas pela simpatia que a própria piada traz ao provocar a gargalhada.

Tendo este efeito no indivíduo, o riso também exerce o que o filósofo Henri Bergson definiu como uma “função reguladora da sociedade”. Em seu livro *O Riso*⁶⁸, Bergson expõe a idéia de que o humor, enquanto estimulador do riso, visa principalmente o ponto de ruptura da harmonia social, ou seja, visa o indivíduo ou grupo que, seja por seus costumes, por sua natureza ou por sua índole, mostra-se diferente daquilo que é entendido como normal em sua

⁶⁶ FREUD, Sigmund. **O Chiste e sua relação com o Inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

⁶⁷ Cf. SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso** – A representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Cia das Letras, 2002. p. 23.

⁶⁸ BERGSON, Henri. **O Riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. p. 4.

sociedade. Desta forma, o chiste causa o riso ao abordar o “anormal” e, automaticamente, o sentimento de humilhação no indivíduo ou no grupo alvo da crítica, o que o leva a se corrigir ou ao menos a não demonstrar mais o erro. Nas palavras de Bergson:

Se Harpagon⁶⁹ nos visse rir de sua avareza, eu não lhe digo que se corrigiria, mas a mostraria menos, ou a mostraria de outro modo. Podemos dizer desde já: é nesse sentido, sobretudo, que o riso “castiga os costumes”. Ele nos faz tentar imediatamente parecer o que deveríamos ser, o que, sem dúvida, acabaríamos um dia por ser de verdade.⁷⁰

Podemos encontrar a veracidade das palavras de Bergson no fato da sociedade ser moldada por um imaginário que é influenciado pelos jornais e, também, pelas charges neles veiculadas. Assim como rir de uma ação de um indivíduo traz uma série de frustrações e recalques ao seu inconsciente e leva-o a tentar se modificar, o rir de um político, de uma ação ou de um agente de poder mina a autoridade que este exerce sobre a população e sobre o imaginário. Desta forma, ao estudar as charges estamos perscrutando características de uma sociedade, ou de um segmento dela, e o imaginário que a determina.

⁶⁹ Personagem da peça *L'Avare*, de Molière, cuja característica principal, indicada pelo próprio título, é a avareza.

⁷⁰ BERGSON, op. cit., p. 13.

2. AS CHARGES E A PROPAGANDA ANTI-SEMITA

Consistindo em um dos múltiplos veículos de difusão da ideologia nazista, o *Der Stürmer*, periódico semanal editado na Alemanha entre 1923 e 1945, empenhou-se em propagar as imagens depreciativas dos judeus correntemente difundidas, dotando seu inimigo de traços reconhecíveis por todos aqueles inseridos em seu raio de influência.

O forte apelo simbólico das representações nazistas emergiu no imaginário anti-semita e disseminou-as através de uma poderosa máquina propagandística, visando uma unificação das mentalidades. Trata-se, em verdade, da busca pelo controle do imaginário, na esteira do que Baczkó expressa: quem controla o imaginário, controla o real. Desprende-se desta assertiva a estreita relação entre imaginário, representação e propaganda na formação de opiniões, como se poderá observar ao longo desta análise.

2.1. O Anti-semitismo caricaturado: O *Der Stürmer* e seu lugar na máquina propagandística nazista

Na política, a propaganda atinge seus limites. Neste campo, ela se utiliza de uma série de técnicas e de métodos que exponencializam seu efeito, almejando à dominação e ao poder. Argumentamos anteriormente que a propaganda opera enquanto um meio de persuasão, por expor as visões de um determinado ator ou instituição social e buscar uniformizar os indivíduos através de sua aceitação. É isso que faz da persuasão uma forma de violência: a imposição de opiniões. Por recorrer principalmente aos aspectos irracionais do ser e se utilizar de procedimentos que atingem diretamente o inconsciente, a propaganda, enquanto meio de persuasão, é um meio de violência, como confirma Hannah Arendt:

A persuasão (...) não vem da verdade, mas das opiniões, e só a persuasão leva em conta e sabe como lidar com a multidão. Persuadir a multidão significa impor sua própria opinião em meio às múltiplas opiniões da multidão: a persuasão não é o oposto de governar pela violência, é apenas outra forma de fazer isso.⁷¹

Aqui, Arendt pensou a persuasão em um contexto de “democracia idealizada”, sem a interferência da violência totalitária e do “Terror” dela resultante. Entretanto, transpondo o conceito para esta conjuntura, concebemos a edificação precisa do Estado Totalitário, que não prescinde do “Terror” (a violência física e psicológica), da propaganda (outra faceta da violência psicológica), da ideologia (a base “racional” do Totalitarismo) e do líder carismático (a base “mística”). Na teoria arendtiana, esta base conferia ao Estado Totalitário o domínio sobre a sociedade.

No caso do semanário *Der Stürmer*, o jornal se torna fonte privilegiada ao perpassar duas conjunturas distintas na Alemanha: a República de Weimar e a ditadura nazista. Durante o período que se chamou de República de Weimar, as lutas político-partidárias eram parte integrante da vida cotidiana dos cidadãos alemães. Prova disso são os inúmeros confrontos ocorridos entre os camisas-pardas nazistas e os comunistas. Na descrição de Eve Rosenhaft:

Com a crise econômica, os bairros operários de Berlim, dominados pela miséria, ficam à mercê dos militantes nazistas e de suas seções de assalto, que tentam roubar a supremacia aos comunistas. Daí resultam os atentados incessantes e os combates de rua – não sem sucesso para os nazistas. (...) Ao longo da história da República de Weimar, a política foi sempre mais do que uma simples questão de voto; envolvia slogans, passeatas, desfiles com uniforme das seções paramilitares. Mas nos anos de crise, entre 1929 e 1933, a vida cotidiana foi submetida a uma politização geral e uma das conseqüências foi o aumento inquietante da violência política.⁷²

⁷¹ ARENDT, Hannah. **A Dignidade da Política**. Ensaios e conferências. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1993. p. 96.

⁷² ROSENHAFT, Eve. Guerra nas Ruas. In RICHARD, Lionel (org). **Berlim 1919-1933** – a encarnação extrema da modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. p. 149.

Fator importante na guerra entre os partidos alemães era a divulgação de suas idéias para os cidadãos, pois “cada organização política, cada partido, para atestar sua existência, manter um elo entre seus adeptos e recrutar novos, deve intervir no mercado dos bens de significado, manter jornais, semanários, ou, na falta destes, revistas ou boletins internos”⁷³. O arsenal propagandístico era composto por panfletos, comícios, cartazes e jornais entre outros elementos de comunicação. Aos nazistas também se fazia necessária a produção de meios eficientes de propaganda. Assim, após a adesão de Julius Streicher, polêmico jornalista de Nuremberg, ao NSDAP e a articulação de um forte comitê nazista em sua cidade, no ano de 1923 um dos principais jornais nazistas, o *Der Stürmer*, iniciava suas atividades. Tendo Streicher na editoria, o semanário teria sua linha editorial pautada pelo anti-semitismo e pela pornografia⁷⁴.

No mesmo ano do lançamento do jornal, entretanto, ocorre o *Putsch* que levou os principais líderes do partido, entre eles Streicher, à prisão. Após a soltura de seu editor, o semanário volta a ser produzido em 1925. Seu principal público-alvo era formado pelos adolescentes de Nuremberg⁷⁵, a quem buscava “doutrinar” com suas posições racistas e matérias extremistas. Tendo sua linha editorial focada no ódio aos judeus, o semanário *Der Stürmer* se caracteriza enquanto um jornal militante ou panfletário. Por essa razão, por estar intimamente relacionado ao NSDAP e por difundir um dos principais pilares da ideologia nazista – o anti-semitismo – é que o jornal pode ser incorporado ao rol de materiais de propaganda nazista na primeira fase do movimento.

⁷³ ANSART, Pierre. **Ideologias, Conflitos e Poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 85.

⁷⁴ Utilizamos aqui o termo pornografia no sentido mais amplo, referindo-se a matérias e imagens que ferem o pudor, não nos remetendo unicamente a elementos de cunho sexual. A pornografia aqui se refere à violência explícita e aos temas abordados em suas matérias.

⁷⁵ Mais tarde o jornal atingiria toda a Alemanha e boa parte da colônia teuta em territórios estrangeiros, visto que o jornal chegou a ser enviado aos quatro cantos do globo, inclusive para o Brasil. Esta situação, obviamente, manifestou-se na tiragem do semanário, que denunciava 14.000 exemplares produzidos em 1927 e aproximou-se dos 500.000 em 1935. BYTWERK, Randall. **Julius Streicher – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper Der Stürmer**. New York: Cooper Square, 2001. p. 57.

A ascensão de Hitler ao poder em 1933 deve-se, em grande parte, a materiais como o próprio semanário de Streicher, que proclamavam à população a visão de mundo nazista e abasteciam o discurso com novas imagens, marcando sua presença na arena de discussões no período, angariando adeptos e tornando possível o crescimento do movimento. A característica dinâmica do movimento totalitário nazista necessitava desta constante inflação de discursos que, além de buscar a inculcação das idéias nazistas na população, minava suas defesas, uma vez que a repetição exaustiva dos *slogans* e palavras de ordem tornava-os inerentes ao cotidiano.

Neste sentido, as charges do *Der Stürmer* conseguiam cumprir também seu papel, uma vez que não só a sedução do riso apresentada por Freud ajudava a angariar simpatizantes, mas também elementos sombrios que ajudavam a despertar o ódio na população em relação aos retratados, que eram, prioritariamente, os judeus. Através de profecias apocalípticas e denúncias da suposta conspiração judaica pelo domínio mundial, tais desenhos demonizavam o judeu e eram também igualmente prolíficos.

Tais características das charges se mantêm ainda durante o governo totalitário nazista, momento no qual o papel do impresso na construção do Terror é evidenciado. Não apenas as charges continuam a atacar os judeus, mas também os textos e editoriais se tornam cada vez mais violentos. Era possível ainda encontrar delações de “elementos suspeitos” nas páginas do *Stürmer*, indicados como comunistas, protetores de judeus ou simples desordeiros.

Nesta linha, a atuação do impresso encontrava seu lugar no intrincado aparato totalitário. Em suas páginas, milhares de alemães foram denunciados nominalmente por vizinhos e conhecidos como inimigos do *Reich* e perturbadores da ordem nazista. Nas cartas que levavam as denúncias, além dos nomes e endereços dos acusados, uma descrição completa dos “crimes” que teriam cometido era relatada. Essa intermediação que o jornal

fazia entre os delatores e a Polícia Secreta chegou ao seu ápice em 1938, quando mais de três mil alemães foram denunciados nestes termos⁷⁶.

Ao privilegiar as charges na análise deste material, devemos levar em consideração as características dos traços do artista e seu papel na construção das impressões dos leitores. O chargista do *Stürmer*, Philippe Rupprecht, teve, ironicamente, sua carreira de desenhista iniciada no *Fränkische Tagespost*, jornal ligado ao Partido Social Democrata Alemão, em 1924. Já no ano seguinte foi contratado pelo semanário de Streicher, onde seguiria profícua carreira, finalizada em 1945 com o fechamento do impresso. Seus desenhos eram destaque no jornal, o que é comprovado pelo lugar da charge no *Der Stürmer*. Situado na primeira página, o desenho ganha *status* de manchete, como mostra a capa abaixo.



Fig. 3. DER STÜRMER. Nuremberg: jul. 1938. p. 1.

⁷⁶ Ibid., p. 200.

As charges de Rupperecht se caracterizam, ao contrário dos traços da maioria dos chargistas, por uma busca pelo realismo nas representações de pessoas e de ambientes. Ao dar esta entonação aos seus desenhos, Fips (seu pseudônimo) busca a analogia com a realidade, ou seja, ao desenhar um judeu, um bolchevique ou um padre, objetiva que seu desenho seja assimilado como uma situação real, garantindo assim a impressão de veracidade das críticas e insultos que estão implicitamente – e por diversas vezes explicitamente – colocadas em suas charges. Assim, os desenhos publicados no *Der Stürmer* não possuem semelhanças com *cartoons* ou histórias em quadrinhos; são charges que se utilizam de traços fortes e consistentes, que transparecem a intenção do autor em retratar rostos, objetos e ambientes da maneira mais fiel possível.

Tal técnica de desenho visa promover exponencialmente a produção de sentimentos, seja o ódio ou a simpatia. Tenta-se evitar assim a banalização da idéia pela sua simples representação, que, fantasiosa, não encontra ecos no inconsciente. Dão-se, portanto, contornos reais a uma idéia, conspiração ou inimigo que, antes imaginário, passa a ter uma representação no real e, desse modo, passa a ser ele mesmo real.

Apenas um elemento não tinha uma representação realística nos desenhos de Fips: a caracterização do judeu. Ao produzir sua caricatura dos judeus o autor, propositadamente, destaca este elemento, dando a ele contornos de anormalidade. Constantemente utilizado, estes sinais se constituem nos traços permanentes do desenho, como podemos observar na figura 04.

A ilustração, que traz como título “Quatro faces judias”, intenciona justamente caracterizar, para os leitores do jornal, as feições do povo judeu. O exagero na composição das orelhas e principalmente dos narizes acabaram por produzir um estereotipo do povo israelita. Tal representação, por si só, é risível, uma vez que combina uma feição mongolóide com aspectos grotescos

e posturas e ações caricatas. Os óculos, que denotam o caráter intelectual dos movimentos “construídos” pelos judeus em prol do domínio dos povos, e o corpanzil estufado, que faz referência ao abastamento no qual os judeus viviam por se aproveitarem dos arianos, são outros dois aspectos constantemente evocados nas charges.



Fig. 4. FIPS. Der Stürmer. Nuremberg: fev. 1934. In: BYTWERK, Randall L. **Julius Streicher** – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper Der Stürmer. New York: Cooper Square, 2001. p. 86.

Há ainda uma imagem da mulher judia que também aparece aqui representada como gorda, possivelmente também para denunciar uma suposta exploração dos judeus sobre os trabalhadores alemães. Destaca-se ainda a figura deformada de seu rosto que, quando comparado com os desenhos das mulheres arianas, transparece a oposição das duas concepções de beleza, ou seja, o que era “tipicamente judaico” em contraposição com a beleza plástica “tipicamente ariana”.

Um fator que deve ser levantado também é o humor das charges veiculadas no *Stürmer*. Apesar de uma parte delas conter uma linha humorística explícita, esse humor nunca

era desprovido de uma acusação direta aos judeus ou a outro grupo considerado inimigo dos nazistas. Além disso, boa parte dos desenhos era destinada pura e simplesmente à difamação e à denúncia de uma suposta conspiração judaica, colocando estas idéias de forma clara ou ainda utilizando uma tonalidade sinistra no discurso da charge.

Ademais, o anti-semitismo não era propriamente uma característica cultural na Alemanha. Suas origens se encontram ligadas à constituição do Estado Nacional moderno, no século XIX. Neste período localizamos a crescente laicização do Estado-nação na Europa que culminou com a concessão da igualdade de direitos e da cidadania para os judeus, num processo que seguiu a iniciativa francesa de emancipação no ano de 1792. Entretanto,

Esconde contradições profundas e fatais a evidente incoerência do fato de que os judeus receberam a cidadania dos governos que, no decorrer dos séculos, haviam feito da nacionalidade um pré-requisito da cidadania, e da homogeneidade de população a principal característica da estrutura política.⁷⁷

Tais contradições não passaram despercebidas por ideólogos de direita e por setores mais ortodoxos da população cristã, que viam na presença judaica no Estado uma afronta ao princípio de nacionalidade. A situação se agravou ainda mais quando os judeus, tidos como estrangeiros, passaram a figurar na elite administrativa estatal, resultado da influência que o capital judaico adquiria na dinâmica mercadológica mundial. A partir de então, a presença judaica passou a representar uma ameaça direta aos cidadãos não-judeus pela suposta usurpação da posição destes na dinâmica estatal.

Os judeus, acreditando na recém criada instituição do Estado, não deram atenção às hostilidades que surgiam entre Estado e sociedade que os levaram ao centro do conflito, transformando o anti-semitismo, gradualmente, em questão política. “Foi simples como

⁷⁷ ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 31.

ocorreu esse processo: cada classe social que entrava em conflito com o Estado virava anti-semita, porque o único grupo que parecia representar o Estado, identificando-se como servos, eram os judeus”.⁷⁸ Na Alemanha, entretanto, o anti-semitismo não se configurou em uma questão de maior importância até o final do século XIX, quando, influenciados por escritores, filósofos e biólogos, surgiram pequenos partidos *völkisch* essencialmente anti-semitas, mas que tinham vida efêmera.

O grande desafio dos nazistas e do semanário *Der Stürmer* era promover o anti-semitismo, promover uma mudança no imaginário social a ponto de contribuir para moldar a visão dos alemães sobre o judeu, instrumentalizando este preconceito, já bastante presente desde o século XIX, visando os objetivos políticos do NSDAP. Sua busca era pelo incentivo do anti-semitismo enquanto premissa, pois, ao colocá-lo enquanto *topos*, abria-se a prerrogativa da anormalidade, da necessidade de exclusão. Inaugurava-se ainda a possibilidade de se explorar este segmento social enquanto explicativo de todo e qualquer mal que a sociedade viesse a sofrer. Desta maneira, ao incorporar o anti-semitismo à mitologia política da conspiração, os nazistas conquistam uma razão para justificar crises e derrotas. Como descreve Raoul Girardet,

Paradoxalmente, o mito do Complô tende, assim, a preencher esta função social de importância não negligenciável, e que é da ordem da explicação. Explicação tanto mais convincente quanto se pretende total e de exemplar clareza: todos os fatos, qualquer que seja a ordem a que pertençam, acham-se reduzidos, por uma lógica aparentemente inflexível, a uma mesma e cínica causalidade, a uma só vez elementar e todo-poderosa.⁷⁹

Girardet ainda acrescenta que os campos férteis para o surgimento da idéia de conspiração na política e para a sua aceitação são as sociedades em crise, seja ela econômica,

⁷⁸ Ibid., p. 45.

⁷⁹ GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1987. p. 55.

política, social ou moral. Ao conceber a conspiração enquanto parte de uma mitologia política (que engloba ainda mitos como o do herói, da era de ouro e da unidade), o historiador francês a eleva a um patamar universalizante e cíclico, dando-lhe características primordiais ou fundadoras, pois os mitos remontam a tempos imemoriais e contam “como uma realidade chegou à existência.”⁸⁰

2.2. A Propaganda em busca da ascensão: 1923-1933

Os nazistas, seguindo os rastros da direita *völkisch*, apropriaram-se deste mito do complô mundial judaico e o transformaram em uma explicação universalizante. Através de intensa campanha propagandística, os seguidores de Hitler transformaram este mito em uma verdadeira paranóia nacional, especialmente durante o período do Terror. Na Alemanha, entretanto, a idéia da conspiração era uma verdade incontestável. Nas páginas do *Der Stürmer* isso estava presente em todas as edições.

O semanário de Streicher, envolvido na máquina de propaganda nazista, contribuiu de forma decisiva na disseminação da idéia anti-semita. Para o jornal, mais que apoiar os nazistas, mostrava-se implícita em seu discurso a necessidade da eliminação dos judeus da sociedade alemã. No primeiro dos três momentos nos quais dividimos esta análise, que compreende o período de 1923 – ano de fundação do jornal – e 1933, ano da chegada dos nazistas ao poder, podemos notar uma intensa campanha pela inserção do anti-semitismo no pensamento cotidiano alemão. Esta fase, que se localiza temporalmente na República de Weimar, está caracterizada pela constante rivalidade do NSDAP com outros partidos alemães e pela busca de que uma das bases de sua “plataforma política” (o anti-semitismo) se tornasse

⁸⁰ Ibid., p. 13.

não só conhecido, mas também amplamente difundido e aceito como uma explicação para a situação do país. Impunha-se, neste sentido, como um ponto focal do programa nazista.

Assim, enquanto outros meios – como o já citado *Völkischer Beobachter* – buscavam a legitimação do discurso nazista na arena política, tratando de transformar os camisas-pardas em elementos reconhecidos no campo de disputa do poder, o *Der Stürmer* centrou suas atenções no ódio aos judeus. No intenso debate que se presenciava no período, o *Der Stürmer* e o Partido Nazista não foram os únicos a buscar no anti-semitismo um de seus pilares ideológicos, mas sem dúvida foi nas páginas do semanário de Nuremberg que ele se manifestou mais intensamente.

O anti-semitismo enquanto veio ideológico mostrou-se bastante eficiente, uma vez que conseguia agregar a concepção do bode expiatório, aumentando a massa de seguidores nazistas de duas formas diferentes: pela concessão de uma explicação para o mal que afligia o povo e pelo fomento do ódio, combustível eficaz na manipulação da massa. O exemplo abaixo mostra-nos uma das oportunidades que o *Der Stürmer* utilizou para propagar esta idéia.

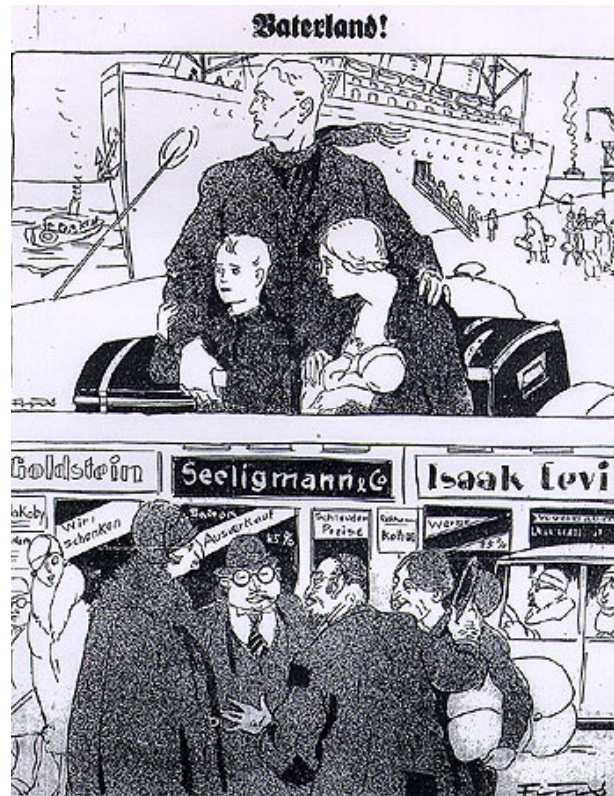


Fig. 5. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: mar. 1929.

A imagem acima é dividida em dois ambientes, o primeiro, que transparece uma atmosfera nostálgica, é centrado em um porto. Ali, uma família ariana está prestes a embarcar em um navio que os levará para algum outro país. A mudança parece ser permanente, uma vez que atrás dos personagens encontramos uma bagagem bastante volumosa. A viagem também é claramente efetuada a contragosto, uma vez que a mulher chora e o filho mais velho, juntamente com o pai, olha para o oceano com uma expressão que mescla a tristeza com o medo do desconhecido que os aguarda.

Aqui, os traços secundários nos desenhos ganham importância, uma vez que as expressões dos personagens se tornam vitais para a interpretação do discurso. Além da tristeza de mãe e filho, a resignação do pai em relação à situação é marcante. Já o posicionamento de seus corpos, na diretriz pautada por Eisner, demonstra a insegurança do filho e da mãe, mas principalmente a atitude protetora do pai, que é mostrado aqui como uma vítima das

circunstâncias, sendo obrigado, justamente na tentativa de proteger os seus, a ir embora de sua terra natal.

O desenho, veiculado no início de 1929, retrata um problema que se tornava cada vez mais corrente na Alemanha. Naquele ano o país se encontrava em uma situação de extrema dificuldade econômica, situação que iria se agravar ainda mais no final do ano, em 29 de outubro, com a crise da bolsa de Nova York. Diante da penúria econômica, não foram poucos os alemães que optaram por buscar novas oportunidades em outros países. O primeiro quadro, portanto, representa um fato que podia ser observado pelos leitores, o que facilitava inclusive a identificação destes com os arianos retratados, pois possivelmente o sentimento de tristeza e de angústia por ver parentes ou amigos partindo graças aos problemas econômicos fizesse parte das experiências do leitor. Além disso, a representação do pai protetor visava atingir a todos os alemães arianos, pois da mesma forma que o senhor da charge teve de ir embora da Alemanha, o leitor poderia vir a ter de recorrer à mesma saída.

A produção do sentimento público através do discurso deste desenho fica ainda mais facilitada graças ao possível reconhecimento, por parte do leitor, de si mesmo naquela situação, o que provoca a impressão de pertença a um grupo distinto e, conforme corrobora Ansart⁸¹, fomenta a busca por uma unificação da visão de mundo, por uma identidade social.

Ao primeiro desenho contrapõe-se o quadro inferior. Ali, no centro da figura, conversam quatro judeus caricaturados. Suas feições demonstram alegria e tranquilidade, e suas vestes refletem uma posição abastada. O senhor de costas, que seria mais difícil reconhecer pela impossibilidade de observar seus traços faciais, tem sua origem denunciada pelo solidéu que cobre sua cabeça. Além disso, outra das figuras centrais carrega um grande pacote, sugerindo que, ao contrário das personagens do primeiro quadro, estas podiam se manter com fartura.

⁸¹ ANSART, op. cit., p. 85 et seq.

No segundo plano da cena destacam-se duas mulheres judias que sorriem, ambas certamente ricas. A senhora que se encontra na esquerda do desenho ostenta sua posição financeira através do casaco de peles que traja. A outra, que se encontra dentro do carro, é denunciada pelo fato de poder manter um motorista – ou pagar um táxi – mesmo diante das dificuldades pelas quais passava a Alemanha.

Já no terceiro plano da imagem podemos ver três lojas em destaque. Ao lermos seus nomes (Goldstein, Seeligmann & Co e Isaak Levi) percebemos que são nomes comumente encontrados entre os membros da comunidade judaica, reforçando a idéia de comerciante explorador que era altamente divulgada no período. Neste sentido, até mesmo a escolha do nome Goldstein (pedra de ouro) parece fazer uma referência direta ao poder aquisitivo da camada judaica da sociedade alemã. Pode-se encontrar ecos desse ressentimento na realidade, pois aproximadamente 80% das grandes lojas alemãs em 1930 eram de proprietários judeus⁸².

A junção das imagens dos indivíduos na rua e das lojas forma um conjunto de representações que nos remete à idéia comumente divulgada no período da união dos judeus em torno da exploração capitalista, exploração esta que não só submeteria os alemães arianos à pobreza, mas também os levaria a saírem de seu país, sua *Vaterland*⁸³, como expressa o título da gravura. Utilizando a exclamação no título (*Vaterland!*) o autor demonstra indignação com a situação dos alemães e com a suposta atitude exploratória dos judeus. Ao explicitar o seu próprio sentimento de indignação o desenhista contribui com o processo de fomento do ódio público voltado aos judeus.

Este processo de provimento do mito da conspiração e do ódio anti-semita efetuado pelas imagens é característico desta primeira fase do *Stürmer* na arena pública. Sendo ele um jornal que atende servilmente aos interesses do partido nazista, e a imagem um transmissor de

⁸² DUPEUX, Louis. **História Cultural da Alemanha**. Rio de Janeiro: Record, 1992. p. 131.

⁸³ Trad. “Terra-Mãe, Pátria”.

discursos instantâneo, fica patente a eficácia deste método. Assim como o exemplo acima analisado, podemos encontrar outras charges voltadas a este intento, como a figura abaixo.



Fig. 6. FIPs. DER STÜRMER. Nuremberg: dez. 1931.

A imagem 06 mostra uma loja, cujo dono é judeu (o que é denunciado pelo seu rosto, conforme já colocamos anteriormente), decorada para o Natal. Neste ponto o humor se faz presente à primeira vista, afinal, o Natal não é comemorado pela comunidade judaica, mostrando-se mesmo um aparente *nonsense* na imagem. Entretanto, a piada revela seu sentido ao observarmos os traços não-permanentes da personagem – que revelam ganância e ambição – e pela legenda, “*compre de Judeus, traia seu povo*”⁸⁴.

A mentira e a falsidade dos judeus seria denunciada ainda pelos cartazes que estão pregados na vitrine, que trazem dizeres chamativos relacionados a liquidações natalinas e

⁸⁴ Trad. livre do autor: “Kauf beim Juden, verrät dein Volk”.

promoções. Chama atenção, entretanto, a placa da direita, que diz “*Natal – Leve alegria para casa. Compre aqui na loja.*”⁸⁵

Nesta chamada duas são as palavras que saltam aos olhos. A primeira é *Freude* (alegria), que promove uma relação estritamente capitalista com a comemoração do natal. Ao relacionar a alegria natalina com a compra de presentes, o judeu mina o significado religioso da data e promove uma nova significação que age em seu proveito pessoal, qual seja, a de que natal se torna sinônimo de comércio. A segunda refere-se à utilização do pronome “*Du*” ao invés da variante formal “*Sie*”. Desta forma, a suposta proximidade do judeu com o comprador se torna aparente, ainda que ela não exista.

Buscando uma relação intimista, o judeu visaria apenas o lucro, e não uma proximidade com o comprador. Pierre Bourdieu nos deu a expressão exata desta realidade em seu exemplo envolvendo as nomenclaturas⁸⁶. A importância da nomenclatura, da titulação e da definição, para Bourdieu, está na conformidade social que estes elementos conferem, dando “ordem às coisas”. Na medida em que um indivíduo percebe o mundo enquanto uma imagem construída, a significação das denominações comporta grande parte de sua visão de mundo. Por isso a suposta intimidade que o judeu projeta no cartaz surtiria o efeito comercial por ele esperado. Na contrapartida desta análise, a percepção deste “joguete lingüístico” impele o leitor ao sentimento contrário. A visão de mundo que poderia abarcar a imagem da relação intimista com o comerciante se desfaz, dando lugar a uma outra, perceptiva desta situação e possivelmente promotora de um olhar desfavorável ao judeu comerciante.

Dois elementos constituintes do mito da conspiração conforme Girardet o analisa podem ainda ser observados no desenho; o primeiro é a ganância desmedida reputada aos judeus, ganância esta que não respeitaria nem mesmo suas próprias crenças em favor do

⁸⁵ Trad. livre do autor: “Weihnachts – Freude, bringst Du heim. Kaufst Du hier im Laden ein”.

⁸⁶ BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Lingüísticas**. São Paulo: Edusp, 1996. p. 82 et seq.

crescimento de sua riqueza. O segundo é a idéia de sugador do povo ariano, uma vez que ao vender presentes pelo apelo natalino o judeu se mostraria um aproveitador, buscando usufruir de toda oportunidade em nome de seu lucro pessoal. Dessa forma a idéia do mito da conspiração ganha sua representação (visual) no real, e assim é alimentado neste plano.

A Primeira Lei de Domenach⁸⁷ (da simplificação e do inimigo único) encontra, como é perceptível, sua representação no *Der Stürmer*. Ao focar suas críticas somente no judeu, o jornal não só facilita a assimilação do discurso por parte do leitor como também consegue promover múltiplos ataques. É importante verificarmos que, conforme veremos em exemplos futuros, a vinculação do judeu a outros elementos sociais não resulta necessariamente na quebra da regra primeira de Domenach. Uma crítica a um político ou a uma nação que traga consigo uma vinculação com os judeus ainda é uma crítica ao inimigo único declarado, o judeu. Ela apenas reforça os estigmas que são constantemente evocados, como os do aproveitador e do conspirador, já vistos.

Aliado aos arquétipos do conspirador e do aproveitador que eram vinculados aos judeus, outro elemento se junta para moldar o imaginário social do período e sustentar o anti-semitismo da ideologia nazista: a idéia do estado dentro do Estado, como podemos observar com o artigo citado abaixo, de março de 1932.

‘O Estado dentro dos Estados’

(...) Em novembro de 1918 a raça estrangeira judaica teve seu intento alcançado. Seus lacaios marxistas, através de um golpe de ‘Estado judeu dentro do Estado’, conseguiram o controle. Que desde os dias em que o espírito judeu reinava na Alemanha apenas alguns alemães ainda não tomaram consciência e não sabem que existe uma ‘Questão Judaica’, e que ela é a chave para a compreensão de todos os acontecimentos do mundo. E o poder, através do qual a raça estrangeira judaica sabe manter seu domínio até hoje, são os partidos

⁸⁷ DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955. p. 56.

parlamentares da esquerda até a direita. Através deles e com eles os judeus (*Alljuda*)⁸⁸ comandam hoje o povo alemão. Em 13 de março de 1932 os partidos parlamentares – que até o presente momento lutaram apenas em aparência – marcharam em uniformidade. Neste dia os judeus inevitavelmente tiveram de deixar a máscara cair e quem se tornou vidente, quem observou cotidianamente, viu o que o ‘*Stürmer*’ há muito busca provar aos alemães reticentes: os partidos parlamentares são a ferramenta da política judaica para o controle do povo alemão! Ainda não se havia revelado tão claramente para o mundo o que da mesma forma sem omissões foi proclamado pelo ‘*Stürmer*’ na terra alemã: apenas a queda dos partidos parlamentares que agem pelos judeus proporcionará ao povo alemão a possibilidade da solução da questão judaica. Sem esta solução não existe libertação do povo alemão!⁸⁹

A teoria do Estado judeu dentro dos Estados Nacionais agindo como uma quinta-coluna, conforme surge na matéria, passa-nos a idéia do povo judeu enquanto traiçoeiro intrometido e, principalmente, *heimatlos* (sem pátria). Os dois primeiros adjetivos referem-se à estrutura da idéia que nos remete à conspiração judaica mundial, e que reforça a tese de que os judeus que vivem na Alemanha ou em qualquer outro país estariam condenados a agir como espões em favor do Judaísmo e sua pretensa rede pela dominação do mundo. Porém, a mesma idéia do estado judeu agindo no interior dos Estados Nacionais nos remete à concepção do judeu enquanto apátrida. Nesta linha de pensamento a “Questão Judaica”

⁸⁸ A palavra *Alljuda* não possui tradução direta, referindo-se a um suposto estado de controle e domínio total dos judeus sobre a realidade alemã e/ou mundial.

⁸⁹ STREICHER, Julius. Der Staat im Staate. In: **Der Stürmer**, Nuremberg, mar. 1932. n. 12. Trad. livre do autor: ‘Der Staat im Staate’ [...] Im November 1918 hatte der fremdrassige Jude sein Ziel erreicht. Seine *marxistischen* Knechte hatten durch einen *Staatsumsturz* dem jüdischen ‘Staat im Staate’ die Oberhand verschafft. Daß seit jenen Tagen *jüdischer Geist* in Deutschland regiert, das ist nur jenen Deutschen noch nicht zum Bewußtsein gekommen, die nicht wissen, daß es eine *Judenfrage* gibt, die der Schlüssel ist zum Verständnis allen Geschehens in der Welt. Und die Macht, durch welche der fremdrassige Jude bis in unsere Tage herein seinen errungene Herrschaft zu erhalten wußte, sind die parlamentarischen Parteien von links bis rechts. Durch sie und mit ihnen regiert *Alljuda* heute das deutsche Volk. Am 13. März 1932 waren die parlamentarischen Parteien, die sich bislang nur *zum Scheine* bekämpft hatten, *in geschlossener Front aufmarschiert*. An diesem Tage hatte der Jude zwangsläufig die Maske fallen lassen müssen und wer sehend geworden war, der sah an jenem Tage bestätigt, was der ‘*Stürmer*’ seit vielen Jahren kopfschüttelnden deutschen Menschen ohne Unterlaß klar zu machen versucht hatte: Die parlamentarischen Parteien sind die Werkzeuge jüdischer Politik zur Beherrschung des deutschen Volkes! Noch nie hat es sich vor aller Welt so deutlich geoffenbart, was ebenfalls vom ‘*Stürmer*’ ohne Unterlaß hineingeschrien wurde in die deutschen Lande: Nur die Niederrichtung der vom Juden geschaffenen parlamentarischen Parteien bringt dem deutschen Volke die Möglichkeit zur Lösung der *Judenfrage*. Ohne Lösung der *Judenfrage* aber gibt es keine Erlösung des deutschen Volkes!”

(Judenfrage) não está vinculada apenas à conspiração, mas também à pureza da raça germânica e ao mal que os judeus fariam ao disseminar seu sangue entre os arianos.

De fato, minar as demais raças, enfraquecendo-as através da miscigenação seria um dos meios pelos quais os judeus buscariam a supremacia. E para contaminar a raça ariana não seria necessária nem mesmo a concepção de uma criança mestiça; o simples contato da mulher ariana com o agente judeu já seria o bastante para infectá-la. Como Julius Streicher descreveria,

‘Albumina estranha’ é o sêmen de um homem de outra raça. Como resultado do intercuro, o sêmen masculino é parcial ou totalmente absorvido pelo corpo feminino. Um simples incidente no intercuro é suficiente para envenenar seu sangue para sempre. Ela é levada na alma estranha com a “albumina estranha”. Mesmo se ela casar com um homem ariano, ela não pode mais parir crianças arianas puras, mas apenas bastardos, em cujos peitos viverão duas almas, e que fisicamente parecerão membros de uma raça mista.⁹⁰

A defesa de Streicher aponta para uma suposta infecção eterna da mulher ariana que entrasse em contato com os judeus. Esta contaminação desgraçaria, aos olhos do jornal, todas as futuras crianças que a mulher viesse a dar à luz, transformando-as em bastardos de duas almas. Aqui o autor parece dar uma concepção do caráter das crianças, que teriam, inevitavelmente, “alma de judeu” e carregariam consigo todos os estereótipos que o próprio *Der Stürmer* se encarregava de sustentar. No semanário, aliás, a campanha por esta idéia da bastardia ariana era presente, como mostra a imagem abaixo.

⁹⁰ STREICHER, Julius. Deutsche volksgesundheit aus Blut und Boden, III, jan. 1935. In: BYTWERK, op cit., p. 145. Trad. livre do autor: “‘Alien albumin’ is the semen of a man of another race. As a result of intercourse, the male semen is partially or totally absorbed by the female body. A single incident of intercourse is sufficient to poison her blood forever. She has taken in the alien soul along with the ‘alien albumin’. Even if she marries an Aryan man, she can no longer bear pure Aryan children, but only bastards, in whose breasts dwell two souls, and who physically look like members of a mixed race.”

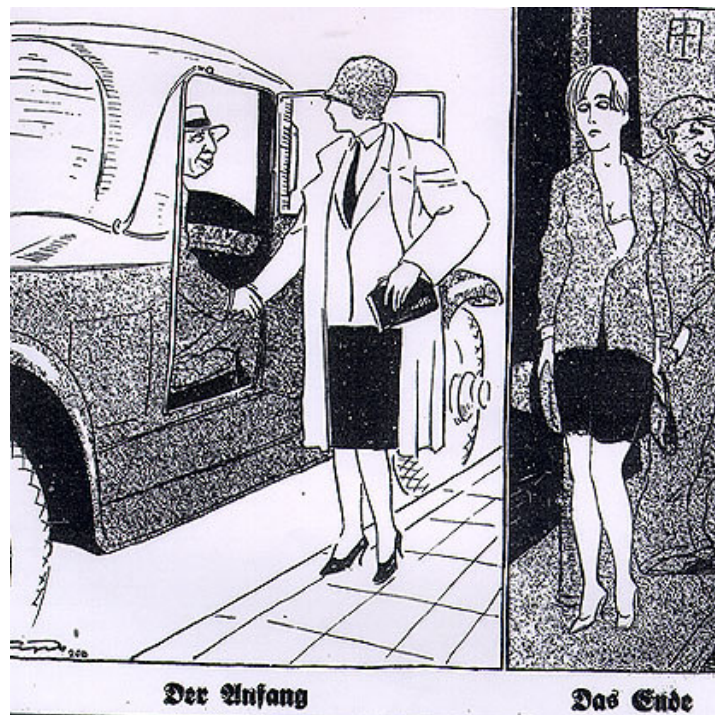


Fig. 7. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: jul. 1930.

A charge, novamente dividida em dois momentos, mostra no quadro da esquerda uma mulher ariana, bem vestida e transparecendo uma origem social abastada, parada numa calçada conversando com um senhor judeu. A fisionomia da mulher não é perceptível, mas a do judeu, sentado no banco da frente do carro, sim. Nele visualizamos uma expressão sorridente, amigável, claramente simpática à garota. Pelo gesto da mão que segura a mão da ariana, supomos que ele está flertando com ela, provavelmente a convidando para entrar no carro dele. A legenda abaixo desta imagem diz “O Início”⁹¹, e leva-nos a crer no início da relação da mulher ariana com o judeu.

Entretanto, a legenda do segundo quadro, “O Fim”⁹², mostra que esta relação carrega consigo o estigma da eternidade. Ao aceitar as propostas do judeu, a ariana entra em contato com a “albumina estranha”, o que a leva à desgraça. No quadro da direita, a garota já tem uma

⁹¹ Tradução livre do autor: “Der Anfang”.

⁹² Tradução livre do autor: “Das Ende”.

saia mais curta e a camisa aberta, com o decote à mostra, em um forte contraste com a imagem anterior, na qual as vestes refletiam seriedade. A mulher parece caminhar na noite, o que faz um clara referência à prostituição, referência esta reforçada pela figura do judeu a vigiando do segundo plano, cumprindo seu papel de “cafetão”.

Esta charge tem a função clara de chocar os leitores. Ao transpor a imagem para o domínio do imaginário, mostra-se como verdade o fato das mulheres que se relacionam com judeus “se perderem”. Trata-se de mais uma representação nociva aos judeus, mais uma imagem que transmitiria aos alemães as “verdades” sobre o perigo dos judeus continuarem a agir na sociedade alemã.

A alta periculosidade dos judeus, entretanto, não seria um problema apenas para os nazistas alemães. Segundo a denúncia da matéria “O Estado no Estado”, a Rússia já teria sido dominada pelos ideais judeus em 1918, através do Marxismo. A insistência do jornal em chamar os judeus de “raça estrangeira” transmite a idéia que se quer arraigada nos leitores, qual seja, a de que além de inferiores racialmente os judeus não são, nem por sangue nem por direito, cidadãos alemães. A desqualificação do judeu efetuada de forma contínua torna mais fácil a aceitação da premissa do judeu enquanto pária social nocivo e, portanto, de necessária extirpação do corpo da sociedade. Também torna mais fácil a vinculação da idéia com os partidos que defenderiam esta remoção, no caso, o nazista, promovendo uma propaganda partidária indireta.

O grande foco da denúncia, entretanto, são os partidos políticos da Alemanha de Weimar. Desde sua fundação, em 1918, o governo republicano era visto com ressalvas pela população alemã, que tinha na tradição monárquica sua base imaginária de poder. Esta tendência pôde ser comprovada em abril de 1925, quando o marechal Hindenburg foi eleito pela primeira vez com um discurso que defendia a Monarquia. A seqüência de fatos que levou o país a uma derrocada nos campos econômico e social contribuiu para o aumento da

desconfiança dos cidadãos em relação ao governo, fator que é aproveitado pelo *Stürmer* em suas matérias. Unificar a desconfiança que uma parcela da população nutria pelo sistema democrático-partidário com uma desconfiança pela comunidade judaica era uma forma de angariar mais adeptos a sua causa anti-semita.

O fato a que se reporta a matéria, ocorrido em 13 de março de 1932, é a vitória em primeiro turno de Hindenburg, que concorria a sua reeleição, sobre Hitler. Na ocasião, Hitler conseguira cerca de 30% dos votos (11.339.446) contra 49.6% do marechal (18.651.497). Como Hindenburg não conseguira uma maioria absoluta de votos, foi convocado o segundo turno da eleição (o qual o marechal venceu com 53% dos votos). O fator que denunciaria o fato dos Partidos Parlamentares serem manipulados pelos judeus seria a grande coalizão formada pelos partidos de centro e de esquerda em apoio à candidatura do presidente Hindenburg e contra a ascensão do Fascismo – ainda que esta coalizão não contasse com a participação dos comunistas (KPD).

Agindo conforme os principais teóricos das conspirações, os nazistas apontavam para esta coalizão como a prova irrefutável e inequívoca dos planos judaicos de dominação. A população que sofria com a situação alemã ou que simplesmente queria acreditar nas explicações nazistas aceitaria esta premissa sem analisá-la. Afinal, como poderiam existir tantas coincidências em torno dos judeus e das teorias conspiratórias proclamadas pelo *Der Stürmer*? Dando uma suposta explicação racional para a conjuntura, o *Stürmer* conseguia cada vez mais simpatizantes para os nazistas.

Após a eleição de Hindenburg vieram as eleições parlamentares de julho de 1932, nas quais a campanha presidencial de Hitler viu os primeiros frutos serem colhidos. Em um crescimento de mais de 100%, os nazistas viram sua representação no *Reichtag* chegar a espantosos 37%, transformando-se no principal partido da casa. Reticente em convidar Hitler para a chancelaria e sem condições de governar por não ter a maioria dos votos no *Reichtag*, o

presidente convoca novas eleições para novembro do mesmo ano. Apesar da queda dos nazistas (que agora somavam 33% das cadeiras), as condições de governo ainda não eram ideais, o que fez Hindenburg ceder e, em 30 de janeiro de 1933, outorgar o cargo de chanceler ao líder do NSDAP⁹³.

Durante todo o período pré-poder do Partido Nacional-Socialista o *Der Stürmer* foi importante enquanto meio de propaganda. Fazendo eco aos preceitos nazistas, em especial ao anti-semitismo, o semanário teve papel importante na constituição de uma opinião pública e de um imaginário que tornasse o campo político alemão receptível aos nazistas e a suas idéias extremistas. Seu papel, entretanto, não terminaria com a ascensão de Hitler; pelo contrário, seria ainda mais importante na manutenção do poder dos camisas-marrons, como poderemos analisar a seguir.

2.3. A Atuação do *Der Stürmer* nos primeiros anos nazistas: 1933-1939

Com a ascensão de Hitler à chancelaria os nazistas passavam a ter um novo desafio: conseguir convencer a população alemã, para além dos 33% que haviam votado em seus parlamentares em novembro de 1932, que não só as idéias nazistas e seu programa eram viáveis mas também que, em última instância, seu discurso se traduzia na verdade absoluta. Em outras palavras, conseguir o apoio popular necessário para que o NSDAP se mantivesse no poder e pudesse promover as mudanças que pregava serem necessárias.

Uma das primeiras ações do *Der Stürmer* neste sentido foi a aclamação da vitória nazista na corrida pela chancelaria, demonstrando um novo ufanismo que estaria atrelado ao Partido Nacional-Socialista, como confirma o exemplo abaixo.

⁹³ DUPEUX, op. cit.



Fig. 8. FIPS. Der Stürmer. Nuremberg: mar 1933. In: BYTWERK, Randall L. **Julius Streicher** – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper Der Stürmer. New York: Cooper Square, 2001. p. 99.

Aqui, sob o título *Sieg*⁹⁴, um ariano é retratado em dois momentos. O primeiro se passa antes da ascensão dos nazistas, sendo representado como um período sombrio, no qual o medo transparece na feição do cidadão alemão. Os fantasmas que o afligem têm feições que remetem aos comunistas, aos judeus e à morte. Palavras são murmuradas, trazendo ainda mais desespero ao personagem, tais como *Dawes Plan*, *Young Plan*, *Tot-mord*, *Korruption*, *Versailles*⁹⁵. Outro detalhe importante que visualizamos na gravura é a representação de um judeu na Lua que observa o cidadão ariano. A legenda, entretanto, é alentadora: “A *assombração acabou*”⁹⁶.

⁹⁴ Trad. “Vitória”.

⁹⁵ Trad. “Plano Dawes, Plano Young (dois planos econômicos de auxílio à Alemanha para o pagamento das dívidas ocasionadas pelo Tratado de Versailles e pelos demais acordos pós-Primeira Guerra), morto-assassinado, corrupção, Versailles”.

⁹⁶ Trad. livre do autor: “Der Spuk ist zu Ende”.

Ao lado temos a confirmação – “*O dia despertou*”⁹⁷. Um Sol brilha radiante para o mesmo cidadão alemão e, convenientemente, o astro traz inscrita em seu interior a cruz gamada, insígnia que caracteriza o movimento nacional-socialista. Rupprecht foi feliz na colocação do antagonismo existente entre o Nazismo e os judeus, representando-os sob as alegorias do Sol e da Lua. Entretanto, a mensagem mais importante talvez seja a de que agora o cidadão não está mais sozinho; uma multidão se junta a ele para celebrar a ascensão nazista, tremulando bandeiras e saudando o símbolo do NSDAP. O espírito de coletividade e de participação é transmitido ao leitor, que acaba ele mesmo se colocando naquele contexto de ovação.

No exemplo da figura 08 encontramos o ufanismo patriótico e uma mensagem libertária sendo vinculados ao Partido Nazista de forma objetiva. Nela se faz referência a um passado de infortúnios vivido pelos alemães, representado por um ambiente sombrio, que se refere ao pesadelo e aos fantasmas que assombravam a vida dos cidadãos arianos antes de 1933. A imagem remete ao mito político da “Idade do Ouro”, segundo a classificação de Girardet. Neste, as previsões de um futuro melhor que o presente são levadas ao limite, agindo emocionalmente no indivíduo prometendo-lhe o que este jamais imaginara. No caso da propaganda nazista, as promessas eram de dominação racial, baseada numa superioridade pseudo-científica, de terras para o desenvolvimento nacional pleno, alcançado pela obtenção do *Lebensraum*, e o fim dos sofrimentos, que teriam sido causados pelos traidores e aproveitadores, invariavelmente relacionados aos judeus.

A representação está localizada temporalmente no período imediatamente posterior à ascensão nazista ao poder, o que acaba se refletindo na desforra da vitória que a imagem carrega, levando consigo a intenção de contagiar o leitor. O ufanismo que evoca busca também promover uma identificação, por parte dos leitores, entre Nacionalismo e Nazismo. É

⁹⁷ Trad. livre do autor: “Der Tag ist erwacht”.

certo que o Nacionalismo exacerbado é um dos constituintes da ideologia nazista, porém, o que o desenho sugere não é o Nacionalismo enquanto elemento do Nazismo, mas sim que o Nazismo era “o” meio através do qual o cidadão poderia expressar seu patriotismo. Mostra-se interessante o fato de que mesmo conferindo um novo tema à charge, mesmo tratando mais explicitamente de seu servilismo e mostrando-se um jornal panfletário, o desenhista consegue agregar, ainda que de forma menos explícita, a idéia do judeu enquanto elemento nocivo da sociedade alemã do período.

O ponto forte deste desenho, entretanto, é mesmo a relação do NSDAP com o Estado, fundindo as duas representações em uma só. Assim, o Estado alemão ganha uma nova representação, a suástica, que irá futuramente figurar na própria bandeira nacional. Ocorre assim uma junção do símbolo revolucionário com a instituição do Estado alemão, numa junção de elementos que figuram no imaginário e que comportam, conforme definição de Bourdieu⁹⁸, idéias de sacralização e de tradição, respectivamente. A instituição do Estado ganha novas formas, novas representações, e estas acabam por determinar a relação futura do leitor com o Estado. O símbolo nacional passa a ser a suástica, e esta modificação é importante, pois passa a existir uma nova concepção simbólica do Estado. Conforme já colocamos, esta situação é determinante porque “as instituições não se reduzem ao simbólico, mas elas só podem existir no simbólico, são impossíveis fora de um simbólico em segundo grau e constituem cada qual sua rede simbólica”⁹⁹.

Em nosso próximo exemplo, percebemos uma acusação mais direta, destinada a fomentar o anti-semitismo através de uma exposição dos vícios e das formas ardilosas que os judeus empregariam no trato com aqueles que não fossem seus iguais.

⁹⁸ BOURDIEU, op. cit., p. 102-3.

⁹⁹ CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986. p. 142.



Fig. 9. FIPS. Der Stürmer. Nuremberg: jul. 1934. In: BYTWERK, Randall L. **Julius Streicher** – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper Der Stürmer. New York: Cooper Square, 2001. p. 92.

Intitulada *O deus da guerra judeu*¹⁰⁰, a charge mostra um judeu caricato e franzino, muito longe do ideal estético ariano, especialmente em se tratando de um deus. O humor é denunciado pela postura e físico patéticos do deus judeu. A raça que venera esta suposta divindade é denunciada pelo símbolo da estrela de Davi na frente da armadura que está vestindo, sobreposta pelo nome do livro sagrado dos judeus, o Talmude. A tocha que carrega traz os dizeres *Incitação de ódio e Difamação*¹⁰¹. O verso de sua capa esconde outra instituição bastante minada pelos nazistas, a *Maçonaria*¹⁰². Não por acaso, a indicação da sociedade secreta encontra-se “debaixo do pano”, numa referência às suas ações escusas.

¹⁰⁰ Trad. livre do autor: “Der Juden Kriegsgott”.

¹⁰¹ Trad. livre do autor: “Verhetzung e Verleumdung”.

¹⁰² Trad. livre do autor: “Freimaurerei”.

De acordo ainda com a legenda, onde lemos “*Ele não carrega espadas com as quais lutaria suas batalhas, pois suas armas são a vileza, o engano e a mentira*”¹⁰³, o suposto deus não carrega armas convencionais, mas se utiliza de ardis para alcançar seus objetivos. A própria idéia construída de deus carrega, aqui, pela simples deformação de sua constituição, a crítica ao objeto. Um deus, imagina-se, detém poderes que o fazem poderoso, mas não este “deus judeu da guerra”, que precisaria agir de forma traiçoeira justamente para se mostrar poderoso. A ardileza é ainda representada no animal que ostenta em seu capacete, uma cobra, símbolo máximo da traição. Carrega ainda consigo uma seringa de veneno (*Gift*) e uma bomba de Anarquia (*Anarchie*). Ainda simbolicamente, a deidade tem um pé na América e outro na Europa, o que denunciaria o domínio mundial dos judeus, mundo este que se encontra em chamas.

Esta caracterização é claramente ofensiva e busca a incorporação destas idéias na mente dos alemães. Como pudemos observar a partir da análise freudiana sobre o chiste, anteriormente exposta, o riso arrancado pela charge traz consigo a sugestão da concordância, ou seja, o fato do alemão, inserido naquela conjuntura, rir da satirização e do escárnio do povo judeu, acarreta, consciente ou inconscientemente, na aceitação destas idéias. Trata-se, novamente, da busca pela homogeneização¹⁰⁴ das concepções do povo alemão quanto aos judeus, homogeneização que buscava se estender de modo absoluto no Estado nazista que, durante o período do Terror, viu toda a cultura e moral pré-existente ser preterida em favor da cultura e da moral do Partido.

Nesta busca pela imposição da moral e da cultura nazista sobre as demais, poucos eram os casos de instituições que não eram minadas por seu discurso. A Igreja Católica e o Cristianismo não foram exceções. Entretanto, existe uma clara dicotomia na relação dos

¹⁰³ Trad. livre do autor: “Er trägt kein Schwert womit er Schlachten schlägt, Denn seine Waffen sind Gemeinheit, Trug und Lüge”.

¹⁰⁴ BERGSON, Henri. **O Riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

nazistas com os cristãos. Apesar de constantemente empreender uma caracterização detratória de sua crença, os nazistas sabiam do peso que os cristãos tinham na balança da arena política alemã. Desta forma, um discurso dúbio era empregado, ora difamando a crença, ora a enaltecendo, compreendendo-a enquanto um valor central e regulador da sociedade. Este discurso dúbio pode ser ainda melhor explicado ao analisarmos nossos dois exemplos seguintes.

“Jesus” – Ele não era judeu.

Fomos sempre levados a acreditar pelos grupos judaicos que Jesus fosse judeu. Esta heresia foi disseminada pelos próprios judeus, numa tática eficaz, em todas as confissões cristãs, porque com isso pensavam desviar nosso ódio contra eles. Mas é omitido o que a Bíblia fala tão nitidamente, que nosso salvador era um Galileu. Este povo está ligado ao Estado judeu como um território encravado, não tendo relação racial nem política em sua conexão com os judeus. A Galiléia não era parte do território judeu. Os habitantes eram *arische Ammoniter*, que eram insultados pelos judeus como gentios. A sua fala era essencialmente diferente da dos judeus, pois para suas gargantas arianas era impossível pronunciarem o som gutural hebraico. Assim como até hoje os judeus nunca conseguiram pronunciar as línguas arianas claramente.

A única relação contínua entre a Galiléia e a Judéia era a confissão mosaísta, que Cristo reformou. Mas desse ensinamento do materialismo nenhuma estrutura religiosa ariana de idealismo foi criada, ele rejeitou a “velha aliança” e nos deu seu evangelho, que ele confirmou com seu sangue. Este auto-sacrifício dos homens de Deus é tão primordialmente ariano, tão heróico, tão triunfante, que com ele o egoísta e decadente Mosaísmo foi destruído. *Um judeu nunca pode ser um autêntico cristão, pois pela sua raça ele é incapaz de compreender a essência do Cristianismo.* Mesmo cultivando a crença em Javé durante os séculos, os galileus nunca poderiam se tornar judeus. Todos os discípulos e apóstolos do Salvador eram galileus, com exceção de Judas, que era judeu. Eles abandonaram imediatamente a confissão estrangeira de Moisés e converteram-se à nova

doutrina da salvação, pois eles nunca encontraram no Judaísmo a verdadeira felicidade que a crença de deus tem para oferecer ao homem ariano que quer chegar à harmonia interior.¹⁰⁵

Neste texto o *Stürmer* traz ao público uma justificativa para os cristãos professarem o anti-semitismo, além do porque deles não terem de se sentir culpados pela suposta origem judaica de sua religião, chegando mesmo a encontrar uma outra origem para ela. A resposta surge em uma fantasiosa exclusão da Galiléia do ambiente cultural, religioso e racial da Judéia, ou seja, creditando aos galileus uma origem ariana, e não judaica.

Esta busca pela origem não-judaica dos cristãos contempla vários fatores que vão desde uma pseudo-independência política da Galiléia em relação à Judéia até uma catalogação diferenciada para os habitantes da região – eles passam a ser considerados *arische Ammoniter*. Para o jornal está claro que a prova cabal está na impossibilidade dos descendentes dos hebreus em falar línguas arianas, assim como seria impossível para os arianos da Galiléia pronunciar o som gutural da língua hebraica. Além disso justifica-se ainda a impossibilidade de um judeu se tornar um bom cristão porque, devido a seu ódio arraigado e sua má índole, os judeus seriam incapazes de compreender e seguir a doutrina cristã.

¹⁰⁵ STREICHER, Julius. Jesus – Er war Kein Jude. In: **Der Stürmer**, Nuremberg, fev. 1934. n.7. Trad. livre do autor: “Jesus” Er war kein Jude - Immer wieder wird uns von Judengenossen vorgehalten, *Jesus* sei Jude gewesen. Diese Irrlehre haben die Juden selbst, nach bewährter Taktik, in alle christlichen Konfessionen getragen, weil sie damit unseren Haß gegen sie abzubiegen glaubten. Es wird aber verschwiegen, was doch die Bibel so deutlich sagt, daß unser Heiland ein *Galiläer* war. Dieser Volksstamm lag als Enklave im jüdischen Gebiet, hatte aber weder in rassischer, noch in politischer Beziehung einen Zusammenhang mit den Juden. Galiläa war kein Teil des Judenstaates. Die Bewohner waren *arische Ammoniter*, die von den Juden als heidnische Galiläer beschimpft wurden. Ihre Aussprache war eine wesentlich andere, wie die der Juden, da es ihrer arischen Kehle unmöglich war die hebräischen Kehllaute auszusprechen. Umgekehrt können auch heute noch die Juden die arischen Sprachen nie ganz rein aussprechen. Die einzige Bindung, die zwischen Galiläa und Judäa bestand, war die *mosaische Konfession*, die zu reformieren *Christus* unternahm. Da aber aus dieser Lehre des Materialismus kein arisches Religionsgebäude des Idealismus zu schaffen war, hat er den "alten Bund" verworfen und uns sein Evangelium geschenkt, das er mit seinem Blute besiegelte. Diese Selbstaufopferung des göttlichen Menschen ist so urarisch, so heldenhaft, so triumphierend, daß damit der egoistische, herabziehende Mosaismus vernichtet war. *Niemals kann ein Jude ein echter Christ werden, weil er das innere Wesen des Christentums auf Grund seiner Rasse, niemals begreifen kann.*

Ebensowenig konnten die Galiläer Juden werden, wenn sie auch durch Jahrhunderte hindurch den Jahweglauben pflegten. Alle Apostel und Jünger des Erlösers waren Galiläer mit Ausnahme des Judas, der ein Jude war. Sie verließen sofort die ihnen artfremde Konfession des Moses und wandten sich der neuen Heilslehre zu, weil sie im Judentum niemals die wahre Befriedigung finden konnten, die der Gottesglaube dem arischen Menschen bieten muß, wenn er zur inneren Harmonie gelangen will.”

No trecho “este auto-sacrifício dos homens de Deus é tão primordialmente ariano, tão heróico, tão triunfante, que com ele o egoísta e decadente Mosaísmo foi destruído”, existe uma clara procura pela aproximação da raça ariana com os “homens de Deus”, tidos neste texto como superiores por deterem características tidas pelo semanário como “primordialmente arianas”. Neste ponto o discurso se volta para a ostentação da superioridade ariana, e não para a superioridade do Cristianismo, pois o argumento central é o de que o Cristianismo só pode ter raízes arianas, pois o Judaísmo não permitiria que os cristãos agissem daquele modo. Trata-se da utilização aberta da máxima silogística latina, *post hoc, ergo propter hoc*¹⁰⁶. Por remeter o surgimento do arianismo enquanto raça a milhares de anos antes de Cristo, e dotar os cristãos de características marcadamente arianas, a lógica deste discurso leva o autor a aceitar como fato a ascendência ariana do Cristianismo.

A utilização de silogismos é uma constante na produção discursiva da propaganda nazista. A produção de lógicas absurdas que sempre resultam em idéias favoráveis aos partidários e à defesa da ideologia do NSDAP é facilmente verificável na sua rede discursiva, e os exemplos vão desde um dos seus sustentáculos, a idéia da superioridade racial, até os pequenos textos e proposições, como esta que observamos.

Assim, para atingir o público cristão esse discurso tem de envolver essa parcela da população nas estatísticas dos arianos superiores. Mas como fazê-lo se é aceito que Jesus nasceu judeu e sua doutrina é originada no Judaísmo? Para o semanário de Streicher, a resposta mais direta é desvincular suas origens dos judeus, “purificando-os” e facilitando a adesão dos cristãos ao Nazismo.

É importante notarmos que essa matéria vem a ser publicada apenas sete meses após a assinatura da Concordata de 33, um documento que estabilizava as relações entre o governo

¹⁰⁶ Trad. livre do autor: vem antes, logo é a causa. LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública: um ensaio sobre a verdade conveniente**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 120 et seq.

nazista e a Igreja Católica. Da mesma forma, a Igreja Protestante era alvo constante da política de agregação de instituições do partido¹⁰⁷, assim como também se buscou oferecer uma “terceira via” cristã¹⁰⁸ para os partidários ou simpatizantes que estivessem descontentes com o Catolicismo ou o Protestantismo e suas ações em relação ao novo governo. Trata-se também de uma ação comum na política nazista; qualquer instituição que tivesse por premissa a idéia de superioridade ou que pudesse ser assim considerada por uma parcela da população era imediatamente associada aos arianos. Um dos casos mais conhecidos é a associação do Tibet aos arianos, o que garantiria aos alemães uma origem mais antiga e “desenvolvida” que os demais povos, chegando mesmo o Tibet a ser associado à lendária Atlântida¹⁰⁹.

Contrapondo-se ao discurso desta matéria podemos destacar a fonte seguinte, que detrata o Cristianismo da mesma forma que detrata o Judaísmo.

¹⁰⁷ O Protestantismo foi foco de uma grande campanha nazista pela agregação de seu discurso e de seus membros ao partido, porém, em seus números figuravam várias correntes que não aceitavam a veiculação de sua igreja com o NSDAP, fazendo surgir várias formas de protesto. A mais conhecida, possivelmente, seja a *Bekkenntniskirche*, que foi liderada por teólogos protestantes que visavam manter a crença protestante livre das influências nazistas. SNYDER, Louis. **Macro-Nationalisms: A History of Pan-Moviments**. Londres: Greenwood, [198_]. p. 21.

¹⁰⁸ A *Deutsche Glaubensbewegung* foi uma igreja que agregava elementos cristãos e neo-pagãos e visava promover uma fé que se adaptasse perfeitamente às crenças sobre raça e fé que eram divulgadas pelo discurso ideológico nazista. Ibid. p. 64.

¹⁰⁹ GOODRICK-CLARKE, Nicholas. **The Occult Roots of Nazism**. Secret Aryan Cults and Their Influence on Nazi Ideology. New York: New York University Press, 2004.



Fig. 10. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: jul. 1936.

Na charge acima, um pequeno verso acompanha e faz referência ao desenho:

Esta é a liberdade a nós destinada
 A liberdade que nós vemos onde Judah tem autoridade.
 Aprisionada, atrás das grades,
 em escura prisão permanece prisioneira
 a humanidade, que conserva seu gemido por liberdade
 e busca a salvação e a libertação.¹¹⁰

A ilustração mostra um ariano prisioneiro em uma cela. Com a face visivelmente desesperada, observa as barras da janela que trazem gravados símbolos que remetem a

¹¹⁰ Trad. livre do autor: “Das ist die Freiheit, / die uns zugehört, / Wie seh'n es dort, wo Juda hat die Macht, / Wie hinter Herfermauern, Gittersfangen Im finstere / Gefängnis sigt gefangen Die Menschheit, die nach wahrer Freiheit stöhnt / Und sich nach Rettung und Befreiung sehnt.”

instituições que levariam a Alemanha, segundo os nazistas, à decadência. São elas, dispostas da esquerda para a direita na gravura: o Cristianismo, representado pela cruz, o Capitalismo, que tem no cifrão seu símbolo, o Judaísmo, com a estrela de Davi, e o Comunismo, que tem na representação da foice e do martelo seu arquétipo.

A alegoria do prisioneiro encarcerado é, obviamente, uma metáfora da prisão em que as ideologias e sistemas criados pelos judeus manteriam os cidadãos do mundo, em especial, os arianos. Segundo os nazistas, o Cristianismo seria uma religião criada por judeus que teria como intento primeiro dominar os seres superiores em favor dos inferiores, sendo, portanto, uma religião antiariana. O próprio *Führer*, apesar de ter nascido católico, renegou esta religião. De acordo com Louis Snyder¹¹¹, Hitler teria proferido em determinada ocasião que a Antiguidade era melhor que os tempos modernos, pois a humanidade ainda não conhecia o Cristianismo e a sífilis. Ainda na explicação de Snyder, as críticas do líder nazista ao Cristianismo eram:

1. O Cristianismo era uma religião que defendia o fraco e o inferior.
2. Ele era puramente judeu e oriental em sua origem. Forçava o povo a “curvar suas costas ao som dos sinos da igreja e rastejar para a cruz de um Deus estrangeiro”.
3. Surgiu 2000 anos atrás entre homens doentes, exaustos e desesperados que tinham perdido sua crença na vida.
4. Os princípios cristãos de remissão dos pecados, ressurreição e salvação eram francamente um absurdo.
5. A idéia cristã de clemência era perigosa, uma idéia anti-germânica.
6. O amor cristão era um conceito simplório, pois o amor paralisou os homens.
7. A idéia cristã de igualdade protegia os racialmente inferiores, os doentes, os fracos e os aleijados.¹¹²

¹¹¹ SNYDER, op. cit., p. 291.

¹¹² Trad livre do autor: “1. Christianity was a religion that defended the weak and the low. 2. It was purely Jewish and Oriental in origin. It forced people ‘to bend their backs to the sound of church bells and crawl to the cross of a foreign God’. 3. It began 2,000 years ago among sick, exhausted, and despairing men who had lost their belief in life. 4. The Christian tenets of forgiveness of sin, resurrection, and salvation were plain nonsense. 5. The Christian idea of mercy was a dangerous, un-German idea. 6. Christian love was a silly concept

Diante da idéia de que o Cristianismo descenderia do Judaísmo e seria uma religião de fracos e subjugados, os nazistas conjugavam duas questões centrais em sua ideologia: a primeira é o anti-semitismo e a segunda é, novamente, a crença na superioridade ariana que, apesar de encontrar respaldo no anti-semitismo, de maneira nenhuma se restringe a ele.

O Capitalismo, por sua vez, seria o sistema no qual os judeus se desenvolveram e conseguiram “dominar o mundo”. Era comum se ouvir o discurso proferido pelos nacional-socialistas, baseado nos “Protocolos dos Sábios de Sião”, referindo-se aos judeus como donos das redes de comunicação, das indústrias e de todos os campos estratégicos da economia. A mesma acusação era dirigida ao Comunismo, que buscava uma sociedade igualitária, com exceção dos judeus, que continuariam controlando a dinâmica mundial. Quanto ao Judaísmo, cremos não ser necessário comentários, uma vez que seria o berço de todas as outras “mazelas” citadas.

Todas estas explicações, que encontravam no cotidiano alemão das décadas de 30 e de 40 seu terreno mais fecundo, eram resgatadas pelos leitores ao visualizarem a charge. A utilização de símbolos arquetípicos na ilustração acaba tornando ainda mais expressiva a interação da informação com o inconsciente do leitor, que automaticamente associa as correntes explicações nazistas à situação de encarcerado, tornando esta situação uma “verdade virtual”. A busca e aceitação do Nacional-socialismo confundiam-se então com a busca pela liberdade.

A charge acima analisada, apesar de conter um pequeno texto, mostra como o discurso pictórico das charges pode atingir um público maior que os discursos escritos, uma vez que é

because love paralyzed men. 7. The Christian idea of equality protected the racially inferior, the ill, the weak, and the crippled.” Ibid.

possível entendê-la sem a leitura do poema. Pensando com Domenach¹¹³, especialmente no que se refere à 4ª. Lei da Transfusão, o discurso nazista apresentado na charge visa a utilização dos símbolos e a bagagem imaginária que eles carregam consigo na construção da imagem. É também um exemplo de como este discurso era moldável, tornando possível a seus líderes fazerem promessas e se vincularem a qualquer instituição ou pessoa, conseguindo seus apoios políticos, conforme a conveniência.

A grande bandeira do *Der Stürmer*, entretanto, jamais deixava de ser o anti-semitismo. Mesmo vinculando outros elementos à crítica ou fazendo um adendo político ou ideológico, o anti-semitismo tinha participação direta ou indireta na construção do raciocínio. A teoria de Bergson¹¹⁴ aqui se faz verdadeira ao atentar para a busca eterna do “diferente” ou do “nocivo” ao corpo social. Através das charges de Ruprecht também é possível encontrar a detração dos inimigos através do riso, bem ao modelo do filósofo francês. Outro exemplo desta forma de crítica é explicitado na imagem seguinte.

¹¹³ DOMENACH, op. cit.

¹¹⁴ BERGSON, op. cit.



Fig. 11. FIPS. **DER STÜRMER.** Nuremberg: jul. 1936.

No exemplo da figura 11, disposta acima, lemos a legenda *O senhor permite bondosamente ... então eu me aproveito.*¹¹⁵ Abaixo, encontramos uma pequena nota que diz que os judeus, como o exemplo acima, aproveitam-se dos arianos de bem em todas as ocasiões na vida. Na representação pictórica, visualizamos, no primeiro quadro, um judeu característico (atentemos novamente para os detalhes do nariz e da cabeça desproporcional) pedindo cortesmente um lugar no banco público para um senhor ariano. Após a concessão do alemão, o judeu se apropria da maior parte do banco, deixando o senhor que já estava ali sentado anteriormente extremamente desconfortável.

As feições de ambos denunciam a intenção do autor ao produzir o desenho. No primeiro quadro o alemão, sério, assiste o judeu, de olhos fechados (sinal de falsidade)¹¹⁶ e polidamente, pedir licença para sentar-se no banco. Já no segundo, a expressão do ariano é de

¹¹⁵ Trad. livre do autor: “Sie gestatten gütigst ... daß ich Blau nehme”.

¹¹⁶ EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial.** São Paulo: Martins Fontes, 1995.

espanto e desconforto, enquanto a do judeu é de descaso com a situação que ele próprio promoveu. O humor da charge, quase infantil, é o responsável pela possível simpatia do indivíduo à idéia passada, qual seja, novamente, a do judeu aproveitador. A teoria freudiana do riso¹¹⁷ enquanto influenciador de opiniões e de comportamentos sociais encontra nesta charge sua melhor expressão. Na produção de riso pela situação cômica, mas claramente desconfortável, que o judeu impõe ao senhor ariano dois fenômenos se completam: o primeiro é o suborno que o riso e sua produção de prazer, da qual já falamos neste capítulo, envolverão o leitor; o segundo é a identificação deste com o senhor da imagem e a decorrente produção de sentimentos hostis contra os judeus.

O riso, entretanto, é uma expressão individual e, como o próprio indivíduo, fruto de seu tempo. Desta forma, o riso causado pela charge acima é infinitamente mais provável de ocorrer na década de 30 do que em nossos dias. A possível falta de humor que ela nos passa deve ser caracterizada pelos fatores temporal e cultural aos quais estamos condicionados. O toque humorístico, ademais, é plenamente verificável.

Através dos exemplos aqui analisados pudemos observar a linha editorial que o *Der Stürmer*, através de suas páginas, seguiu no intuito de auxiliar os nazistas a se consolidarem no poder e no imaginário político. O Terror total, que Hannah Arendt¹¹⁸ afirma só ser possível de ser empreendido durante a guerra, encontra aqui seus primórdios e sua base de sustentação. É através da rede montada nestes anos que se torna possível a produção de campos de concentração, a dominação completa dos cidadãos e a concepção do Holocausto.

2.4. Guerra, anti-semitismo e conspiração nas páginas do *Der Stürmer*: 1939-1945

¹¹⁷ FREUD, Sigmund. **O Chiste e sua relação com o Inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

¹¹⁸ ARENDT, **Origens...**

Com a construção de uma imagem negativa sobre os judeus na sociedade alemã e de um imaginário favorável aos nacional-socialistas, a imposição de uma ditadura e a re-militarização alemã, cada vez mais a Alemanha marchava rumo à guerra e ao Terror. As seguidas reivindicações do governo nazista por territórios que formariam, segundo seus líderes, o *Lebensraum*, eram aceitas principalmente graças à Inglaterra, que via a possibilidade de uma outra guerra na Europa como uma sentença de morte para mais uma geração de jovens ingleses e para a economia européia¹¹⁹.

A França, ao contrário, temia o crescimento da Alemanha e sua recuperação econômico-militar. Após as duras imposições do Tratado de Versalhes, a França continuava sendo alvo constante de ódio entre os alemães, que viam incessantes referências ao Tratado de 1919, como já pudemos observar na figura 08. Como resultado temos, antes mesmo da guerra ter início, demonstrações abertas de escárnio e de raiva, bem como acusações diversas contra os franceses. Podemos ver um exemplo na imagem abaixo.



Fig. 12. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: jan. 1939.

¹¹⁹ KENNEDY, Paul. *Ascensão e Queda das Grandes Potências*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

Abaixo da imagem, pode-se ler:

A liberdade do judeu nasceu aqui,
ele desde muito tempo perdeu o direito de dispor dela porque,
quem lhe deu liberdade é hoje encadeado.
Hoje é importante livrar o mundo dos judeus!¹²⁰

A pequena rima dá à imagem seu sentido final. Nela, percebemos um judeu caricato de chapéu e cigarro na boca (pois ele, como membro de uma raça inferior, sucumbiria facilmente aos vícios) chegando em Paris, capital francesa. A torre Eiffel e os cartazes denunciam o local. Segundo a estrofe, é nesta cidade – ou neste país – que a liberdade do judeu nasceu. É a ela que os judeus recorreriam quando quisessem recobrar seu estado livre, pois na Alemanha, diz a estrofe, quem dava aos judeus liberdade e os protegia está hoje encarcerado.

A estrofe liga, como é da linha editorial do *Stürmer*, os judeus aos franceses de forma direta, incitando os leitores não só a odiar os franceses por isso, mas associando todos os males anteriormente vividos pelos alemães também aos franceses. Nesta técnica de transferência de emoções, os franceses surgem como fomentadores da infelicidade e da miséria alemã, devendo ser, por isso, tomados como inimigos. A charge pode ser considerada um reflexo dos protestos franceses em relação às concessões territoriais que a Liga das Nações, em comunhão com EUA e Inglaterra, proporcionou à Alemanha. Ao protestarem, os franceses teriam se declarado, abertamente, inimigos da nova política nazista e, para o semanário, nada mais fácil que associá-los ao já tradicional inimigo, o judeu.

Ao final da estrofe é dada uma voz de comando. Aos alemães é anunciado que é necessário livrar o mundo dos judeus. Tece-se assim uma rede de considerações e predições

¹²⁰ Trad. livre do autor: “Des Juden Freiheit ward ihm hier geboren, Das Recht darauf hat längst er schon verloren, Denn, wer ihm Freiheit gab – den legt er in Ketten. Heut gilt’s, die Welt von Juden erretten!”

que formam juntas a base para o terror que seria efetuado. A associação feita entre os franceses e os judeus, entretanto, abre espaço para a idéia da eliminação também dos franceses, pois afinal seria lá que os judeus teriam sua liberdade para agir.

Justifica-se assim uma guerra e um ataque à França que ainda sequer haviam ocorrido. A legitimação de uma provável guerra contra os franceses, desta forma, já estava sendo construída no imaginário político alemão. Os sentimentos públicos são o alvo primário desta ação discursiva, pois é apelando para o emocional, que se mostra mais facilmente maleável¹²¹, e não à razão, que se buscava a justificativa para a guerra futura. É uma situação diferente do que retrata a fonte seguinte, publicada logo em seguida à declaração de guerra e que ataca os ingleses, alvo bastante raro antes da guerra.



Fig. 13. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: set. 1939.

Aqui, em charge publicada no mesmo mês da invasão alemã à Polônia e a conseqüente declaração de guerra inglesa e francesa, um judeu caricato se esconde atrás de uma bandeira

¹²¹ ANSART, op. cit.

inglesa. O judeu é caracterizado não apenas por seu nariz e demais traços primários característicos dos desenhos do *Stürmer*, mas também pela estrela de seis pontas que carrega em sua lapela. Parecendo acuado, o personagem demonstra receio por um suposto ataque contra ele. Além disso, de sua boca escorre saliva, o que é símbolo de ganância e de cobiça. Dá também ao judeu uma caracterização animalesca, invariavelmente por isso inferior à caracterização civilizada que se faz no período do ariano.

O título da charge, “*Sob bandeira democrática*”¹²², proporciona ao leitor uma concepção autoritária acerca da Democracia, corroborando a idéia já por nós analisada no texto “*Der Staat im Staate*”, qual seja, a de que os partidos parlamentares são meios através dos quais os judeus agem em prol da dominação mundial, tomando as democracias representativas por um sistema que nada mais seria que o palco para a realização de suas ambições. Os óculos que o judeu usa também podem transmitir a representação do judeu intelectual, que defende a existência não só deste sistema, mas também do comunismo e do socialismo, em favor de sua causa.

Abaixo da imagem, podemos ler ainda

O judeu se coloca nos bastidores
e esbraveja, difama
o bom povo na morte
e deleita-se com sua miséria.¹²³

A idéia que é passada pela estrofe é a de que o judeu covarde ataca apenas por detrás de uma proteção, no caso, o Estado inglês, e difama e calunia o bom povo, sabidamente, o povo ariano. O conjunto da charge se mostra um eficaz concitador dos ódios públicos,

¹²² Trad. livre do autor: “*Unter demokratischer Flagge.*”

¹²³ Trad. livre do autor: “*Der Jude steht im Hintergrund Und geifert sich sein Schandmaul wund, Hetzt brave Völker in den Tod Und weidet sich an ihrer Not.*”

especialmente em se tratando de um momento de estado de guerra. Novamente a técnica da associação se faz presente quando é vinculado ao judeu o inimigo do momento, no caso, os ingleses. Se tomarmos a idéia central da obra de Tchakhotine¹²⁴, podemos conceber esta tática propagandística da vinculação como uma técnica aprimorada do reflexo condicionado, pois a população que entra em contato direto com as acusações aos judeus e as incitações ao ódio anti-semita, ao ver a imagem do inglês vinculada ao judeu, automaticamente transfere o ódio condicionado ao novo alvo.

Em sua campanha pela difamação dos seus inimigos de guerra, os nazistas não pouparam esforços para diminuir os perante a opinião pública e incitar seus concidadãos ao ódio dos mesmos. Como no caso dos ingleses e franceses, os soviéticos eram alvo privilegiado dos ataques. Podemos observar isso nos diversos desenhos e artigos a eles dedicados nesta fase do período nazista, como a fonte a seguir.

Bolchevismo e Sinagoga.

Os judeus não gostam de pessoas que falem deles. Eles querem que o público abrace a opinião de que eles são inocentes adeptos de uma religião. Eles não querem que não-judeus aprendam a verdade. Através dos escritores de jornais judeus e de seus amigos não-judeus subornados eles têm feito tudo que podem para fazer o mundo esquecer o que os judeus fizeram na Espanha de 1936 a 1939. Para distrair a atenção do sangue culpado judeu, os produtores de opinião pública falam da ‘Guerra Civil’ espanhola. Na realidade, o que aconteceu na Espanha foi idêntico ao que tem acontecido na União Soviética desde 1917: uma guerra entre os judeus e as pessoas não-judias. Os judeus queriam realizar na Espanha o que eles há muito executam no Leste: eles queriam tomar o controle da nação espanhola e adicionar como símbolo de sua vitória a estrela vermelha e a foice e o martelo à bandeira espanhola. O fato dos judeus estarem então aptos a assegurar ajuda na Espanha para não-judeus confusos pode nos iludir na visão do evento como simplesmente a ‘Guerra Civil’ espanhola. Se os eventos de nossos dias são avisos úteis às futuras gerações, historiadores precisam deixar isto claro: a guerra na Espanha foi um ato da conspiração mundial judaica para escravizar o povo espanhol. Eles planejaram que essa guerra judaica no sudoeste da

¹²⁴ TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

Europa se espalharia da Espanha dominada pelos judeus para a França e o resto da Europa. Eles esperavam que o exército de Stalin, posicionado no Leste, completaria a dominação judaica na Europa.

O fato de que a guerra bolchevique na Espanha era uma guerra judaica se tornou evidente através de alguns eventos: igrejas cristãs foram incendiadas, padres assassinados e ossos de freiras foram removidos de suas criptas e dados para o desprezo dos sub-humanos. Mas as sinagogas foram salvas da destruição e nenhum rabino perdeu a vida na carnificina bolchevique. O que aconteceu na Espanha está acontecendo hoje na terra dos soviéticos, na terra uma vez chamada Rússia. As ordens de Stalin de queimar tudo que pudesse cair em mãos alemãs se estendem a tudo, menos as sinagogas. Mesmo no começo da revolução bolchevique igrejas cristãs foram demolidas ou transformadas em cinemas ou armazéns e padres cristãos foram bestialmente assassinados.

Mas as sinagogas, chamadas de covis no Novo Testamento da Bíblia, foram preservadas, e os rabinos puderam continuar a rezar suas orações de ódio e maldições contra a Cristandade em nome de seu deus Javé. Não é claro que a batalha dos bolcheviques pelo ateísmo está direcionada apenas aos não-judeus? E não é claro que o que se apresenta ao mundo como bolchevismo não é nada mais que uma franca causa judaica?! Nunca antes o mundo pode ver tão claramente a realização da lei talmúdica:

‘Cada judeu tem o dever de trabalhar pela destruição e exterminação das igrejas cristãs. Os santos precisam ser insultados e os padres mortos.’ (Schulchan-aruch, Jore be’ah, página 146, 14. Aboda zarah e Hilschoth.)

O fim da batalha contra o exército bolchevique no Leste é a vitória alemã e também a vitória da humanidade não-judaica sobre o mais perigoso instrumento dos destruidores judeus. A causa da miséria mundial, entretanto, será eliminada para sempre apenas quando a judaicidade em sua plenitude estiver destruída.¹²⁵

¹²⁵ STREICHER, Julius. Bolschewismus und Synogoge. In: **Der Stürmer**, Nuremberg, set. 1941. n.36. fac. sim. ing. Trad. livre do autor: “Bolshevism and Synagogue - The Jews do not like people talking about them. They want the public to hold the opinion that they are innocent adherents of a religion. They do not want non-Jews to learn the truth. Thus Jewish newspaper writers and their bribed non-Jewish friends have done all they can to make the world forget what the Jews did in Spain from 1936 to 1939. To divert attention from Jewish blood guilt, the Jewish makers of public opinion speak of the Spanish ‘Civil War’. In reality, what happened in Spain was identical to what has happened in the Soviet Union since 1917: a war by the Jews against non-Jewish peoples! The Jews wanted to achieve in Spain what they had long since accomplished in the East: they wanted to seize control of the Spanish nation and add as the symbol of their victory the Red Star and the hammer and sickle to the Spanish flag. The fact that the Jews were able to secure the help in Spain of confused non-Jews may not mislead us into viewing the event as simply the Spanish ‘Civil War’. If the events of our time are to be a useful warning to coming generations, historians must make this clear: The war in Spain was an act of the Jewish world conspiracy to enslave the Spanish people. This Jewish war in Europe's southwest, they planned, would spill over from a Jewish-dominated Spain into France and the rest of Europe. They expected that Stalin's army, standing ready to the East, would complete Jewish domination of Europe.

The fact that the Bolshevist war in Spain was a Jewish war was made evident in some striking events: Christian churches were set afire, priests murdered, and the bones of holy nuns were removed from their crypts and given over to the scorn of subhumans. But the synagogues were saved from destruction and no rabbi lost his life in the Bolshevist mass slaughters. What happened in Spain is happening today in the land of the Soviets, in the land once named Russia. Stalin's order to burn down everything to keep it from falling into German hands

A imposição de uma relação entre os judeus e o Comunismo é clara e aparente no texto. Através deste método o *Stürmer* consegue não só direcionar o ataque aos judeus, mas também, da mesma forma, aos soviéticos que, quando da publicação da matéria, já estavam em guerra contra a Alemanha. O material abre ainda espaço para uma série de outras considerações e pressuposições, como a selvageria e a crueldade dos bolcheviques quando da Revolução Russa em relação aos cristãos – poupando neste ínterim os judeus.

Este artigo busca, desta forma, comprovar o que há anos já se divulgava nas páginas do *Stürmer*: que existiria realmente uma conspiração judaica pela dominação do mundo. Assim, o discurso do semanário ganha força e peso não pela instituição que representa ou a qual é vinculado – no caso, o NSDAP – mas sim pela sua previsão, pela sua observação, que ganha autoridade pela suposta sabedoria dos redatores e pesquisadores do jornal. Também ambiciona provocar a exponencialização do medo dos alemães em relação ao inimigo russo. Neste sentido o semanário pautava suas páginas de acordo com o desejo do Estado, visto que até 1941 o governo nazista e o governo soviético tinham um acordo de não-agressão – acordo este que se estendia até as matérias do *Der Stürmer*. A efetivação do medo na população visava um melhor combate contra o inimigo vermelho, caso este viesse a contra-atacá-los. Visava também o apoio total e irrestrito ao ataque nazista, uma vez que a guerra no Leste não

extends to everything but the synagogues. Even at the beginning of the Bolshevik revolution, Christian churches were destroyed or turned into movie theaters or warehouses and Christian priests bestially murdered.

But the synagogues, called dens of thieves in the New Testament of the Bible, were preserved, and the rabbis could continue to pray their prayers of hatred and curse Christianity in the name of their god Jahwe. Is not that clear proof that the battle of Bolshevism for godlessness is aimed only at non-Jews? And is it not clear proof that what presents itself to the world as Bolshevism is nothing other than an outright Jewish cause?! Never before has the world seen so clearly the realization of the Talmudic law:

‘Each Jew has the duty to work to burn down and exterminate Christian churches. The saints must be insulted and the priests killed.’ (Schulchan-aruch, Jore be’ah, Page 146, 14. Aboda zarah and Hilschoth)

The end of the battle against the Bolshevik army in the East is German victory and therefore the victory of non-Jewish humanity over the most dangerous instrument of the Jewish world destroyers. The cause of the world's misfortune, however, will be forever eliminated only when Jewry in its entirety is destroyed (*vernichtet*).”

parecia ser necessária, e a idéia da infalibilidade do Führer poderia não ser suficiente na agremiação do apoio da população.

Outro aspecto que é abordado no texto é a retomada do assunto da Guerra Civil Espanhola. Ela se mostra, nas palavras de Streicher, uma outra prova cabal da existência da conspiração¹²⁶. O fato dos nazistas terem lutado ao lado de Franco contra os comunistas na Espanha reforça ainda a idéia dos nazistas enquanto defensores legítimos do mundo contra esta “comunhão judaica”. Busca também retomar o antigo ódio cristão contra os judeus e, assim, angariar o apoio dos cristãos na luta contra o Comunismo. O texto, neste sentido, passa a dar uma atmosfera de cruzada santa para a luta nazista contra os comunistas russos e os judeus, o que certamente tornou-se verdade para parte dos leitores.

Até o final da guerra, o discurso pelas vitórias citava a luta contra os judeus, assim como o discurso nas derrotas creditava a eles os reveses. A imagem abaixo é um exemplo da persistência no discurso até o fim.

¹²⁶ Conforme lembra Raoul Girardet, as conspirações são pedras soltas que, juntas, aparentam fazer sentido, especialmente em conjunturas caóticas. GIRARDET, op. cit.



Fig. 14. FIPS. DER STÜRMER. Nuremberg: mai. 1944.

Aqui, sob a pergunta “*Para quê?*”¹²⁷, encontram-se dois soldados alemães tombados no campo de batalha. O ambiente sombrio que envolve a charge faz referência à atuação escamoteada que os nacional-socialistas creditavam aos judeus, ou seja, que secretamente ajudavam os Aliados a vencer a guerra através de traições e boicotes, a exemplo do que teria ocorrido em 1918. O aspecto sombrio que observamos, e que reforça a captação de sentimentos pelo discurso da charge, é garantido pelo jogo de luzes que o autor empreende na composição do espaço físico da charge¹²⁸.

A figura do judeu surge no céu, tendo um ponto de interrogação à sua frente, dando a impressão no leitor de que seu olhar é onisciente (e como não seria, visto que, segundo os nazistas, os judeus controlariam o comércio, a imprensa e a política?). O ponto de

¹²⁷ Trad. Livre do autor: “Wofür?”

¹²⁸ GOMBRICH, E. H. *Arte e Ilusão – um estudo da psicologia da representação pictórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

interrogação pode fazer referência ainda à pergunta que perseguiu os nazistas desde o início, em suas reuniões nas cervejarias de Munique, até o final da guerra, qual seja, a *Judenfrage* ou a Questão Judaica. Sem sucesso na guerra, os nazistas perseguiram até o fim a eliminação dos judeus da Europa através dos campos de concentração, e a evocação constante da Questão Judaica era uma forma de fomentar o apoio da população ao empreendimento que já estava sendo efetuado.

Os traços permanentes no rosto do judeu, novamente, denunciam sua origem, enquanto os traços não-permanentes reafirmam a idéia constantemente evocada do judeu sinistro e conspirador, partindo das sobrancelhas arqueadas e da boca entreaberta em um sorriso de escárnio e ódio.

Na quadra que acompanha a ilustração, lemos:

Para que, por quê, derramam eles seu sangue?

Ao fundo, ri o judeu da pergunta.

E assim a resposta é dada:

pelos propósitos judeus vocês perderam suas vidas.¹²⁹

A retomada da questão da “facada pelas costas” mostra-se uma ação desesperada em face ao destino que aguardava a Alemanha. Trata-se também, porém, de uma justificativa derradeira para a “Solução Final” ou a tentativa de eliminação total dos judeus que Hitler tentou empreender as pressas após a constatação da inevitabilidade da derrota. Confirma, nos termos de Bergson, a justificativa para a remoção do “corpo estranho” e indesejável da sociedade¹³⁰. Os versos, o ambiente sinistro e os corpos dos alemães mortos na gravura visam

¹²⁹ Trad. livre do autor: “Wofür, warum, vergießen sie ihr Blut? Im Hintergrund der Frage grinst der Jud. Und somit ist die Antwort schon gegeben: Für Judes Ziele halten sie ihr Leben!”

¹³⁰ BERGSON, op. cit.

à promoção do ódio anti-semita entre a população. A pergunta que é feita no título da charge é respondida pela própria imagem: em segundo plano, atrás da face do judeu, os símbolos do Capitalismo e do Comunismo surgem no céu como dois vultos sombrios. Mais uma vez, a imagem sugere que a perdição da Alemanha se deu graças aos judeus e suas supostas criações ideológicas.

Na busca pela doutrinação da população, os nazistas implementaram uma forte censura e fecharam os jornais e revistas que eram contrários a seus princípios. Promovendo a homogeneização da arena de discussões e da opinião pública em seu favor, a violência se mostra explicitamente, sendo mais correta a utilização do termo doutrinação em lugar de persuasão. Esta, por sua vez, encontra lugar no período anterior à ascensão nazista ao poder na Alemanha.

Entretanto, em ambas as conjunturas os elementos utilizados na propaganda são os mesmos, como pudemos notar pela linha adotada pelo *Der Stürmer*. O anti-semitismo, o nacionalismo expansionista e a idéia de superioridade racial permeiam os dois momentos. O Pangermanismo, o Romantismo e o Nacionalismo do século XIX ainda encontravam ecos na sociedade alemã, mostrando existirem, ainda que de maneira efêmera, no imaginário alemão. O humor – ou, como pudemos ver, um mau humor – surge como fator de intensificação da valorização de tais elementos do imaginário, buscando convencer os leitores, seja pelo riso ou pelo medo, a se afilarem com a massa de nacional-socialistas.

3. RAÇA E PROPAGANDA NA VOLKSGEMEINSCHAFT

Com essas armas poderosas de propaganda e difusão política Adolf Hitler exhibe, aos alemães do estrangeiro e aos seus descendentes, uma Alemanha que se tornou grandiosa pelo regime nacional-socialista. E assim são mantidos o patriotismo e a fidelidade dos cidadãos que o 3º Reich considera seus.

Major Aurélio Py, em seu relatório policial acerca das ações nazistas no Rio Grande do Sul.

A inquietação expressa no relatório do Major Py, datado de 1940, reflete o espírito de sua época. A grande preocupação do governo federal naquele momento – o Brasil já vivia sob a égide do Estado Novo – era a uniformização da população, o que se traduzia em construir, no plano oficial, uma identidade e a busca pela conservação do território nacional, o que, acreditava-se, poderia ser ameaçado por uma invasão facilitada por uma “quinta-coluna” que já existiria no país.

Esta preocupação com o possível apoio que os nazistas receberiam no Brasil tem origem na própria natureza das colônias alemãs no país. Assunto extensamente estudado e debatido na historiografia brasileira,¹³¹ a colonização alemã em nosso território se deu especialmente a partir da segunda metade do século XIX, voltada principalmente para a ocupação dos vazios demográficos da região sul. O afastamento geográfico que algumas destas colônias alemãs tiveram em relação aos brasileiros natos e às demais etnias, decorrente da própria política de povoamento, resultou também num relativo isolamento cultural.

¹³¹ Como principais exemplos destes estudos podemos indicar SEYFERTH, Giralda. **Nacionalismo e Identidade Étnica**. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 1981; GERTZ, René. **O Perigo Alemão**. Porto Alegre: Universidade, 1991; e MAGALHÃES, Marionilde Brepohl de. **Pangermanismo e Nazismo: A trajetória alemã rumo ao Brasil**. Campinas: UNICAMP/FAPESP, 1998.

A relação cultural mantida pelos alemães e seus descendentes radicados no Brasil com sua pátria de origem, assim como a inserção da propaganda nazista através desta cultura, serão debatidos neste capítulo, enfocando o papel do semanário *Deutscher Morgen* na dinâmica da máquina propagandística nazista.

3.1. A Idéia de uma *Volksgemeinschaft*

A grande incógnita que se fazia presente na administração federal na década de 1930 era até que ponto os alemães do sul do Brasil estariam comprometidos com o país no qual viviam. Torna-se evidente esta questão quando pensamos na herança cultural e no imaginário que estavam presentes na comunidade em questão. Pensar que estes alemães, originários das mais diferentes regiões da Alemanha, trouxeram consigo hábitos e elementos culturais próprios deste país, e que ao aqui aportarem ficaram fisicamente isolados do povo e da cultura brasileira, tornou-se um motivo para que alguns elementos da sociedade passassem a levantar suspeitas sobre seu comprometimento com o Brasil, em especial com a eclosão da Primeira Guerra Mundial e o alinhamento brasileiro à Entente.

Entretanto, Giralda Seyferth vê de forma mais complexa o papel deste isolamento na manutenção da cultura germânica. A autora coloca que, em muitas localidades, os alemães estiveram em constante contato com os brasileiros natos. Além disso, devemos considerar também a “remigração”, ou seja, o movimento que os imigrantes alemães ou seus descendentes promoviam ao partirem da colônia inicial em direção à outra cidade brasileira, mais rica e próspera. A própria região de estudo de Seyferth, o Vale do Itajaí, teria se transformado em pólo da indústria têxtil ainda no início do século XX, atraindo vários

trabalhadores de outras localidades. A cultura alemã, entretanto, ainda se fazia predominante até o período da Segunda Guerra Mundial.

O contato com a cultura local, portanto, quando comparado à força da tradição, mostrava-se menos determinante do que acreditavam alguns autores do início do século passado. A idéia do “Perigo Alemão”, tão defendida por alguns intelectuais do período, contagiou boa parte da opinião pública ao centrar sua argumentação no isolamento deste grupo. Para eles, o fato dos colonos estarem fisicamente afastados da população brasileira era a principal razão para a conservação dos diversos aspectos culturais germânicos, e estes seriam o centro da desconfiança.

Com o argumento de Seyferth temos razões para crer que a cultura e as tradições alemãs podiam continuar a guiar o pensamento e o comportamento dos imigrantes *apesar* de parcela deles estar em contato com os brasileiros natos. Isso porque o conjunto de elementos imaginários e culturais próprios da sociedade alemã era continuamente passado aos descendentes pela educação – que inclui, além da educação parental, o convívio social com elementos semelhantes e a educação religiosa, especialmente a de caráter protestante – e pelo cultivo de tais tradições no ambiente familiar.

Assim, as representações referentes às instituições sociais e de poder que a comunidade dos imigrantes alemães e seus descendentes detêm se referem a uma herança da terra de origem, e não da terra receptora. No âmbito do imaginário há uma colisão entre estas duas realidades, o que se reflete também no campo das paixões públicas. Ainda acerca do imaginário, devemos levar em conta o que Castoriadis argumenta acerca do imaginário, que pode ser considerado base para a formação da sociedade e que agrega elementos e formas imaginárias específicos e anteriores. O filósofo grego nos aponta a importância determinante do imaginário e de como o indivíduo não precisa estar inserido no espaço físico-geográfico no qual este imaginário foi determinado. Assim, é possível que um indivíduo nasça e viva no

Brasil, mas que sua visão de mundo seja determinada por outro imaginário, como o alemão. Símbolos, imagens e discursos que condigam com o imaginário surtirão efeito sobre esta população, trazendo à tona emoções e idéias também resultantes desta “herança”¹³².

Dentre os elementos culturais que exercem grande influência na manutenção e na ativação deste imaginário destaca-se a língua. No caso dos teuto-brasileiros, este elemento estava presente e era conservado ainda como uma importante parte da tradição alemã, mesmo em grandes centros. Nas colônias consideradas isoladas este fato era observado ao extremo, tornando-se a língua alemã, em muitos casos, o idioma utilizado cotidianamente.

A língua se manifesta enquanto uma determinante comunitária, de caráter sócio-identitária. Trata-se de uma característica que não se restringe apenas a este grupo social, mas abrange várias outras comunidades, em maior ou menor grau. Entretanto, na comunidade de origem germânica a língua ganha em produção de sentimento público pela própria natureza da unificação do Estado alemão.

Na Alemanha, bem como na Itália, a unificação nacional se deveu, em grande parte, ao fator lingüístico. Assim como os italianos se unificaram em torno de Dante, muitos alemães orgulhavam-se de ser a terra natal de Schiller, Goethe e Kant. A língua alemã, em conjunto com toda sua cultura, mostra-se ponto central na formulação de uma identidade alemã e de uma decorrente unificação.

Louis Snyder,¹³³ por sua vez, encontra as origens dos sentimentos de identidade coletiva e de nacionalização no século XVI. Neste período, observamos o surgimento da anglicização, da eslavização, da russificação e da germanização. O autor corrobora também a

¹³² CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

¹³³ SNYDER, Louis. **Macro-Nationalisms: a History of the Pan-Movements**. London: Greenwood Press, [198_].

idéia de que a língua é fator essencial na produção de um sentimento nacional, de uma identidade, especialmente com a popularização do livro.

Como nos aponta ainda Lúcia Lippi de Oliveira, a identidade nacional, “como todo processo de construção de identidade, tem uma dimensão interna, na qual se acentuam os traços de similaridade e, ao mesmo tempo, uma dimensão externa, que define uma diferença em relação ao outro.”¹³⁴ Trata-se, no caso dos teuto-brasileiros, de uma construção baseada principalmente na educação e na língua, mesmo naqueles que viviam em grandes cidades, pois é através do outro, daqueles que não fazem parte da comunidade teuta e não falam alemão, que será guiada a orientação pela diferença.

Todavia, num registro mais profundo, a busca de critérios ‘objetivos’ da identidade ‘regional’ ou ‘étnica’ não deve fazer esquecer que, na prática social, tais critérios (por exemplo, a língua, o dialeto ou o sotaque) constituem o objeto de *representações mentais* – vale dizer, de atos de percepção e de apreciação, de conhecimento e de reconhecimento, em que os agentes investem seus interesses e pressupostos – e de *representações objetivas*, coisas (emblemas, bandeiras, insígnias etc.) ou atos, estratégias interessadas de manipulação simbólica tendentes a determinar a representação (mental) que os outros podem construir a respeito tanto dessas propriedades como de seus portadores. Em outras palavras, os traços e critérios recenseados pelos etnólogos ou sociólogos objetivistas, tão logo sejam percebidos e apreciados como de fato o são na prática, acabam funcionando como signos, emblemas ou estigmas e, também, como poderes.¹³⁵

De fato, ao atentarmos para as afirmações de Bourdieu, percebemos a forte influência que a língua tem sobre o imaginário, sobre o mental, sendo mesmo uma via pela qual o poder acaba por ser exercido. O discurso, portanto, agindo sobre as instâncias imaginária e

¹³⁴ OLIVEIRA, Lúcia Lippi de. **A Questão Nacional na Primeira República**. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 12.

¹³⁵ BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Lingüísticas*. São Paulo: EDUSP, 1996. p. 107-8.

emocional, influencia, modifica e condiciona os indivíduos, tornando-se assim uma variante do exercício de poder.

Além disso, para os alemães, o sentimento de pertença ao grupo estava fortemente relacionado com a descendência direta, com os laços sangüíneos. Claudine Haroche¹³⁶ traz de forma competente esta visão germânica sobre a pertença à nação alemã ao analisar a questão no final do século XIX, quando da derrota francesa na Guerra Franco-Prussiana. Na ocasião, a Prússia, vencedora do conflito, exige a cessão da região francesa que engloba a Alsácia e a Lorena, exatamente sob a justificativa de ser “alemã pela raça, e sobretudo pela língua.”¹³⁷

A união de ambos os fatores, o cultural/lingüístico e o sangüíneo, é que determinará a existência do caráter alemão ou, de forma mais ampla, do *Deutschtum*. Este conceito, constantemente evocado nos escritos teuto-brasileiros, pode ser traduzido como “germanidade”, caráter ou sentimento alemão. Toma também como tradução o conceito mais amplo de Pangermanismo, ou a idéia da união dos elementos germânicos do mundo. O conceito, entretanto, não é propriamente uma denominação técnica, pois sua utilização também perpassa a dimensão emocional, relaciona-se com um orgulho de pertencer à comunidade alemã. Giralda Seyferth e Marion Brepohl localizam, ainda neste viés emocional, a origem da expressão bastante vinculada com o movimento pangermanista¹³⁸, que ganha forças no século XIX. Por ser um conceito elástico, pode agregar ainda outros elementos em sua denominação, como constantemente era feito entre os teuto-brasileiros. Aqui, o *Deutschtum* podia ser

¹³⁶ HAROCHE, Claudine. O que é um povo? Os sentimentos coletivos e o patriotismo do final do século XIX. In: BRESCIANI, Stella; SEIXAS, Jacy Alves de; BREPOHL, Marion. **Razão e Paixão na Política**. Brasília: UnB, 2002. p. 81-94.

¹³⁷ SEYFERTH, op. cit., p. 82.

¹³⁸ Movimento de caráter internacional que buscava a unificação de todos os elementos alemães em um império ultramarino. Sobre as origens do movimento, ver SNYDER, op. cit. Sobre a repercussão do Pangermanismo em solo brasileiro, ver MAGALHÃES, op. cit.

apresentado como ‘a obra dos imigrantes alemães no sul do Brasil’. Isto inclui vilas, cidades, indústrias, agricultura, igrejas, escolas, sociedades de assistência e recreativas, etc., ‘constituídas pela população de sangue alemão para o engrandecimento da nova pátria, o Brasil.’ Sob o mesmo rótulo de *Deutschtum*, assim, está incluído aquilo que chamamos de ‘deutsche Mitarbeit’ (cooperação alemã) no sul do Brasil: a colaboração econômica prestada ao Brasil pelos imigrantes alemães, representada principalmente pelo progresso industrial e agrícola de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.¹³⁹

Englobando ainda as ações e a obra teuto-brasileiras no Brasil, o conceito de *Deutschtum* ganha em significado. Torna-se uma idéia de caráter nacionalista que compõe o imaginário teuto-brasileiro, mas que é moldada pelos próprios membros desta comunidade.

A mesma comunidade, apesar de estar geograficamente localizada no Brasil e de ter seus descendentes também em solo brasileiro, não se definia segundo estes fatores. Tendo a língua, a tradição educacional e o sangue como norte, o caráter germânico da comunidade prevalece sobre a nacionalidade brasileira, formando uma sociedade unida pela etnia e pelo sentimento de pertença. Esta sociedade, que não tem delimitações territoriais e que é definida, em última instância, pelo *Deutschtum*, é a *Volksgemeinschaft*, a comunidade do povo alemão.

Com estes conceitos, a identidade dos teuto-brasileiros é erigida e reforçada, dando uma nomenclatura a elementos que antes habitavam o campo das idéias. As palavras dão ordens ao que antes era abstrato, que se exprimia mais em sentimento do que na realidade. Ao ganharem uma representação no real, ainda que escrita ou verbal, tanto a *Deutschtum* quanto a *Volksgemeinschaft* se tornam passíveis de serem manipuladas, especialmente em suas relações com as esferas do poder.

o caráter simples e afirmativo dos esquemas transmitidos autoriza um eminente esclarecimento das interpretações, permite ao sujeito vencer a perturbação da dúvida para projetar sobre o diverso a unidade tranquilizadora do sentido. Assim, a rigidez dos

¹³⁹ SEYFERTH, op. cit., p. 58.

princípios sobre os quais se edifica a visão ideológica, em vez de ser um obstáculo ao papel social da linguagem, multiplica-o.¹⁴⁰

A passagem do estado abstrato para uma quase existência física, dando nome e forma a estas idéias, como coloca Ansart, multiplica o papel social da linguagem utilizada ao dar sentido a fatores anteriormente incompreendidos. Forma-se, com a ativação da palavra – seja falada ou escrita – uma rede de reações no indivíduo que permite a manipulação dos conceitos em discursos políticos, propagandísticos ou ideológicos. Trata-se de um processo natural, de reconhecimento do som expresso enquanto a síntese de um conceito que denota o sentimento de pertença à *Volksgemeinschaft* ou a própria idéia do *Deutschtum*.

No mesmo sentido, dar uma representação a estes conceitos contribui para a continuidade dos sentimentos que eles evocam. A palavra proporciona a existência e o real sentimento de pertença, no caso em questão, à própria *Volksgemeinschaft*, o que contribui para que a razão cultural teuto-brasileira penda, em alguns casos, mais para a metade teuta que para sua parte brasileira. A propaganda nazista em solo brasileiro também visa esta inclinação, como poderemos observar nos discursos aqui analisados.

De fato, a propaganda nazista voltada para os alemães estava repleta de referências à *Deutschtum* e principalmente à *Volksgemeinschaft*, sendo mesmo incorporados à ideologia nacional-socialista uma série de idéias e conceitos considerados até então pangermanistas que encontravam eco também entre os imigrantes alemães no exterior. Dentre eles encontramos a extensamente debatida idéia do *Lebensraum*, ou seja, a noção de que os territórios ocupados por indivíduos de raça alemã deveriam ser reunidos em prol de uma “Grande Alemanha” (*Großdeutschland*). Esta idéia encontrava fortes ecos também na comunidade teuto-brasileira, como demonstra Marion Brepohl de Magalhães:

¹⁴⁰ ANSART, Pierre. **Ideologias, Conflitos e Poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. p. 212.

O imperialismo alemão, uma sorte de imperialismo de caráter privado ou para-oficial, que congregou protestantes nacionalistas e pietistas, adeptos das doutrinas racistas, nacionalistas seculares e homens de negócios, todos eles, em última instância, preocupados com o *Lebensraum*, influenciará sobremaneira o imaginário social dos teuto-brasileiros nas três primeiras décadas do século XX. Estes, abandonados à sua própria sorte durante todo o século XIX, passam a ser alvo das atenções daqueles atores sociais, doravante designados não mais como imigrantes (Auswanderer), mas como alemães no exterior (Auslanddeutschen).¹⁴¹

Assim, os imigrantes e seus descendentes passam a contar com uma fundamentação para se intitulem alemães no exterior, e não brasileiros ou imigrantes. Faziam parte, então, da grande *Volksgemeinschaft* alemã, configurando-se, deste modo, um grupo que compartilharia algumas imagens e sentimentos com seus “compatriotas” da Alemanha. Esta integração abstrata qualifica-os enquanto público-alvo das idéias e da propaganda nacional-socialistas, ou seja, proporciona um terreno fértil para os materiais e para a “visão de mundo” nazistas.

Devemos aqui, entretanto, fazer uma observação metodológica. De forma alguma pode-se sugerir que todos os teuto-brasileiros assumiam as idéias nazistas por serem alemães, assim como seria ilógico pensar que qualquer alemão automaticamente cerraria fileiras com os nacional-socialistas. São, contudo, apontados dados culturais que proporcionavam aos imigrantes alemães e a seus descendentes uma facilidade na absorção e na recepção destes discursos. O principal destes facilitadores é justamente a língua alemã, fator de integração entre estes dois mundos e meio através do qual se formula grande parte dos materiais propagandísticos nazistas, inclusive os que eram no Brasil produzidos ou distribuídos. Neste cenário, a fonte por nos selecionada, o semanário *Deutscher Morgen*, destaca-se entre uma

¹⁴¹ BREPOHL, Marion. Imagens pangermanistas sobre o Brasil: 1930-40. In: **Anais do XIX Simpósio Nacional da ANPUH**. História e Cidadania. Belo Horizonte, 1998. p. 267.

gama de materiais pertinentes, como já apontado na introdução desta dissertação e objeto de análise do presente capítulo.

3.2. O *Deutscher Morgen* e seu lugar na máquina de propaganda nazista

Sendo o principal meio através do qual os nazistas no Brasil defendiam e faziam circular suas idéias, o *Deutscher Morgen* era considerado “o” órgão oficial de imprensa do NSDAP no Brasil. Esta condição era anunciada já na capa do semanário, onde podemos ler “*Wochenblatt der NSDAP für Brasilien*”, ou “Semanário do NSDAP para os brasileiros”, nas primeiras páginas do jornal. Além disso, a iconografia que envolvia o nome do jornal também aponta para esta condição oficial que envolvia o meio, como mostra a imagem abaixo:



Fig. 15. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 4 nov. 1932. p. 1.

Nesta capa, visualizamos uma águia que carrega uma insígnia nazista, um dos símbolos oficiais do Partido Nacional-Socialista. Abaixo do nome do jornal, encontramos uma tradução deste para o português, “Aurora Alemã”. A edição acima, de Novembro de

1932, ainda era inteiramente escrita em alemão, destinada, presume-se, exclusivamente ao público teuto-brasileiro, considerando-se o fator identitário da língua. Entretanto, o jornal vivenciou mudanças no período em que fora editado, mudanças estas ditadas pela realidade política em solo brasileiro.

Com a intensificação da política de nacionalização empreendida pelo governo Vargas, o jornal passa a estampar em 1937 apenas a tradução do nome “Aurora Allemã” e deixa de ter o ícone nazista na capa. Da mesma forma, muitas matérias passam a ser impressas em língua portuguesa, por vezes com sua tradução para o alemão ao lado. Com a proibição de publicações em língua estrangeira no Brasil e a intensificação de suspeitas em torno do elemento germânico no país, o semanário passa a se chamar “Aurora Ilustrada” em 1941, mas por pouco tempo, visto que é retirado de circulação já em 1942.

Notamos a importância que o *Deutscher Morgen* encontra nas engrenagens da propaganda nazista ao retomarmos a idéia de sua organização. Ao lembrarmos que a propaganda reflete a estrutura cepácea¹⁴² do Estado e do movimento nazista, na qual a intensidade e a forma de ação são modificadas conforme nos afastamos do centro, percebemos que a estratégia cumprida pelo semanário *Deutscher Morgen* se refere a uma esfera encontrada geograficamente distante do *Reich*, mas na qual a penetração da visão de mundo nacional-socialista se mostrava importante, especialmente ao atentarmos para a idéia da *Volksgemeinschaft*.

Dá-se, assim, não só a extensão da influência do NSDAP e de sua ideologia sobre os teuto-brasileiros, mas é proporcionado um crescimento da autoridade do partido em qualquer questão que envolva os alemães, natos ou no exterior. A busca da propaganda nazista,

¹⁴² ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2000. p. 135 et seq.

como defende Tchakhotine, é a uniformização da consciência de seus alvos¹⁴³. Em uma frase

creditada a Goering, temos a síntese desta idéia: “Eu não tenho consciência, minha consciência é meu *Führer*”. A transmissão de autoridade da consciência individual para o Partido – personificado ou não no líder – é uma forma de buscar, no campo do simbólico, substratos que permitam a manipulação do público.

Mais uma vez, a questão da manipulação nos remete ao afloramento de sentimentos públicos. A propaganda, seja ela em que nível for ou que público-alvo tenha, trabalha com termos dicotômicos; com o amor e o ódio, a entrega e a negação, a simpatia e o antagonismo. A relação que se estabelece entre estes sentimentos, aparentemente contraditória, muitas vezes é marcada pela fidelidade total à idéia ou ao personagem público que a encarna. Desta maneira, a união entre dois elementos por vezes distintos acaba se sustentando no ódio comum que nutrem por um terceiro elemento, fazendo valer a máxima popular que prega que o inimigo de meu inimigo é meu amigo. Reconhecendo alguma idéia ou alguém como possíveis aliados, abre-se a possibilidade também de suscitar-se sentimentos de afeição em relação a eles.

A premissa pode ser verificada na afirmativa de Ansart¹⁴⁴, que reflete que o amor ou a simpatia não se caracterizam necessariamente como uma pulsão, mas o ódio a um inimigo sim. Trata-se de uma pulsão contra a morte, contra a extinção, um instinto pela sobrevivência de si mesmo ou das idéias que se defenda. Quando uma idéia antagonista a um inimigo é defendida por um ator político ou um meio de comunicação ocorre a relação do poder com as pulsões; os instintos são então renovados no contato com este discurso e esta renovação,

¹⁴³ TCHAKHOTINE, Sergei. **A Mistificação das Massas pela Propaganda Política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967. p. 246.

¹⁴⁴ ANSART, Pierre. **La Gestion des Passions Politiques**. Lausanne: L’Age d’Homme, 1983. p. 61.

aliada à necessidade primária de saciar os instintos, é que causa a simpatia e/ou amor ao grupo, partido ou pessoa que a defende.

Este viés propagandístico era correntemente utilizado pelos nacional-socialistas, como já pudemos observar na análise das charges do *Der Stürmer*, especialmente quando os alvos eram comunistas, judeus e os países inimigos na guerra. O discurso do ataque também era lançado na propaganda para os alemães no exterior, o que era mais um fator de agregação, juntamente do discurso nacionalista de cunho racial.

Levando em consideração estes elementos, percebemos o *Deutscher Morgen* como um exemplo privilegiado desta propaganda, especialmente quando tomamos o caso das charges do semanário como objeto de análise empírica. Percebemos nestas fontes, quando comparadas aos desenhos veiculados pelo *Der Stürmer*, o humor dirigido aos alemães no Brasil com uma essência mais risível, ao contrário do “mau-humor” que apontamos no capítulo anterior.

Apesar disso, as charges no *Deutscher Morgen* ganham um espaço menos privilegiado. Enquanto no *Der Stürmer* estas têm uma localização destacada na primeira página, no semanário brasileiro elas surgem em espaços não determinados e em edições esporádicas, contrariamente ao jornal alemão, que contava com os desenhos em todas as edições.



Fig. 16. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 21 mar. 1941. p. 1.

No exemplo acima, temos uma visão da primeira página do *Deutscher Morgen* do dia 21 de Março de 1941, na qual encontramos um raro exemplo de charge publicada na capa e que nos dá uma idéia do espaço dedicado aos desenhos humorísticos no semanário. Nota-se que o símbolo da águia do NSDAP já não figura no logotipo do impresso, mudança que tanto pode ser resultante da perseguição e da suspeição que se instalam sobre o partido no Brasil já desde 1937, quanto por opção estética editorial.

A imagem, ilustrativa quanto ao espaço destinado às charges na publicação, especialmente quando comparado ao espaço privilegiado que tinham no *Der Stürmer*, traz uma manchete que anuncia o “aniquilamento completo dos exércitos britânicos e franceses

em Flandres e Artois”. A imagem humorística que visualizamos na parte inferior desta capa faz referência ao objetivo alemão de vencer a Inglaterra na guerra que estava sendo travada. Trazendo a legenda “Sombras sobre a Inglaterra”¹⁴⁵, mostra uma águia moldada em pedra e que bloqueia o sol, que se encontra atrás dela, lançando sua sombra sobre a ilha inglesa. A referência ao Estado Alemão que avançaria sobre a Inglaterra é óbvia. O sol forma ainda uma aura atrás da águia, o que poderia remeter à nobreza ou mesmo à inspiração divina que esta “cruzada” contra os ingleses teria.

Em nossa pesquisa tivemos a oportunidade de analisar todas as edições do *Deutscher Morgen* publicadas. Este conjunto de fontes cobre o período que tem início em março de 1932 e termina em dezembro de 1941. Nestes quase nove anos de existência do semanário são editados 376 (trezentos e setenta e seis) números. As charges, como acima colocado, não tinham uma presença fixa no *Deutscher Morgen*, tampouco periódica. Dentre as gravuras, charges e caricaturas que encontramos em nossas fontes, fizemos um apanhado de 51 (cinquenta e uma). Destas, através de uma análise qualitativa que levou em consideração a representatividade do tema da charge no jornal, selecionamos 14 (quatorze) para serem aqui estudadas.

Para efetuar o estudo, dividimos ainda estas charges em dois grupos. O primeiro, composto por cinco desenhos, compreende o período de março 1932 até setembro de 1939, quando da eclosão da guerra. O segundo tem início nesta data e encerra-se com o fechamento do jornal, em dezembro de 1941. Para este grupo foram selecionadas outras seis imagens que, apesar de se referirem a um período menor da publicação (são apenas dois anos), pertencem a um momento no qual são publicadas uma quantidade maior de charges nas páginas do *Deutscher Morgen* (aproximadamente 70% dos desenhos coletados estão situados neste caso).

¹⁴⁵ Trad. Livre do autor: “Schatten über England”.

Além disso, os dois períodos possuem uma diferença essencial entre si: enquanto no primeiro os motivos das charges remetem à exaltação do partido nazista e da raça alemã, no segundo momento existe uma definição de um inimigo a se combater – ou melhor, de alguns inimigos, visto que as críticas mais comuns são dirigidas aos países que se encontram em estado de guerra com a Alemanha.

3.3. O *Deutscher Morgen* no pré-guerra: a exaltação de um ideário

Já foi por nós colocado que o *Deutscher Morgen* era tomado como o jornal oficial dos nacional-socialistas em terras brasileiras. Desta forma, sua principal proposta na conjuntura que se apresentava nos anos anteriores à eclosão da Segunda Guerra Mundial era divulgar e exaltar a visão de mundo nazista para a comunidade teuto-brasileira e todos os seus leitores.

É interessante notarmos que o semanário dá início às suas atividades no ano de 1932, quando o NSDAP ainda não chegara ao poder na Alemanha, apesar de já contar com grande apelo popular. Neste primeiro ano o jornal publicou pouquíssimas charges e gravuras, sendo estas de apelo emocional e nacionalistas, não lançando mão do humor em suas composições. Sendo a propagação dos ideais do partido o norte da publicação, as gravuras com motivos tidos como mais “sérios”, com apelo político, econômico e ideológico parecem cumprir um papel mais apropriado neste primeiro momento, apresentando o partido e suas idéias através de um filtro sóbrio, mas que ao mesmo tempo remeta a uma imagem messiânica e revolucionária.

O estilo e os traços das gravuras neste momento buscam um realismo que não se encontra em charges carregadas de humor, onde a caricaturização dos elementos é fundamental. Tais ilustrações surgem como uma representação do real, formam elementos

imaginários que visam a realização de sua essência ou buscam transmitir uma reflexão ou uma palavra de ordem ao receptor do discurso, como é o caso da imagem abaixo:



Fig. 17. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 4 nov. 1932. p. 1.

A gravura acima, impressa na primeira página do jornal, mostra uma estátua que representa um jovem militante do partido nacional-socialista. Utilizada para ilustrar uma chamada em homenagem aos partidários que morreram em nome da causa dos camisas-marrons, os “mártires nazistas”, especialmente àqueles que morreram durante o *Putsch* de 1923, a imagem tem um ambiente calmo e deserto como pano-de-fundo, perpassando a noção de altivez ao motivo do quadro. A própria representação de uma estátua em homenagem aos supostos mártires da causa nazista monumentaliza não só a memória de tais partidários, como também o próprio ideário do NSDAP, que se apresenta enquanto digno de ser defendido até a

morte. Contribui ainda com a caracterização da imagem a distribuição de luz no ambiente, na qual percebemos o clareamento do fundo na região que envolve a estátua, atribuindo uma aura, uma santidade ao militante e, portanto, também à sua causa.

Tal interpretação é ainda reforçada com a percepção da serenidade que transmite o personagem representado como nazista, uma calma que faz uma alusão imediata à certeza da justiça da causa e da ideologia defendidas pelo partidário quando em vida. Esta característica contrasta com a agudez dos confrontos ideológicos e partidários que eram constantemente deflagrados na Alemanha de Weimar e que produziram os mártires aqui representados. A constituição de mártires não ocorre, fica claro, no momento da morte do indivíduo, mas sim da exaltação de seus atos.

A construção de mitos que remontem a uma história glorificada do movimento político é questão fundamental na implantação de um imaginário revolucionário¹⁴⁶ que busque se fazer vitorioso, pois é através destas imagens que a identificação das massas ocorre, através da comunhão de afetos e admirações direcionados à coragem e ao valor da luta. Constrói-se uma teia de afetividades que abrange uma gama inumerável de elementos, dentre os quais toda uma mitologia própria ao movimento.

Como nos demonstra Domenach, as palavras de ordem e os *slogans* também são peças de destaque na construção da propaganda. Acima, escrito no pedestal, lê-se *Deutschland erwache* ou “Desperta Alemanha”, um conhecido *slogan* do movimento totalitário nazista. Fica clara a proposta da frase ao observarmos as bandeiras do NSDAP espalhadas aos pés do militante e também em suas mãos: o chamado apela pela percepção de que apenas através da vitória nacional-socialista e da união de todos os alemães em torno de sua causa os problemas que afligiam a Alemanha poderiam ser solucionados.

¹⁴⁶ BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nac., 1985. v. 5. p. 296-332.

Trata-se de um clamor freqüentemente feito pelos nazistas em suas campanhas eleitorais na Alemanha e, portanto, na fase em que propunha ser um movimento revolucionário de direita. O ambiente sombrio que envolve a imagem, aliado ao semblante sereno do militante representado completam o quadro no qual a palavra de ordem pela percepção converge para o apoio aos nacional-socialistas, que, através da exposição do leitor às paixões políticas ali caracterizadas, acaba por atingir seu objetivo ao produzir um apelo direcionado a quem entra em contato com a imagem. Ao ser direcionado à Alemanha, o *slogan* não exclui os teuto-brasileiros que, pela própria idéia da *Volksgemeinschaft*, podem se conceber enquanto alemães.

Apesar de não se utilizar de humor, a gravura acima se volta à produção de sentimentos, de simpatia pelo partido nazista em contraposição à tristeza ou ao embaraço causados pela penúria da situação alemã. É uma imagem que se aproxima mais de alguns exemplos que encontramos na análise do *Der Stürmer* do que de um humor chistoso, característico das charges. A imagem aqui analisada não aponta adversários ou inimigos dos que se erguem em favor do Nazismo, mas o faz indiretamente, afinal, a representação é de um mártir do NSDAP e o *slogan* faz abertamente uma crítica àqueles que se resignam com a situação alemã e não “acordam”.

Nosso segundo exemplo desta qualidade de imagens se mostra mais voltado à exaltação do partido nazista:

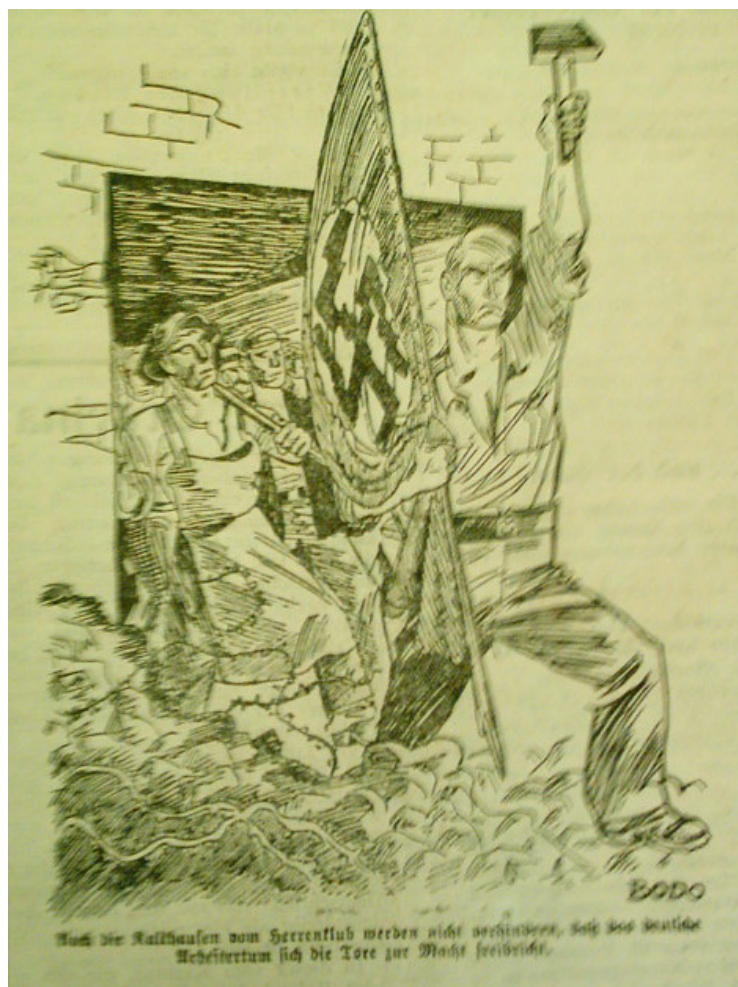


Fig. 18. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 11 nov. 1932, p 1

Ao contrário da imagem anterior, esta é ambientada em uma situação “enérgica”, mas, da mesma forma, clama pela revolução nacional-socialista. Assinada por um chargista de nome Bodo, a gravura conta com uma técnica de desenho que se assemelha muito à de Fips: os indivíduos são retratados buscando-se uma proximidade com a realidade, apesar de seus rostos denotarem impessoalidade. Além disso, os elementos secundários da imagem são simples, mas também buscam uma aproximação com o real.

Neste caso, os homens retratados são operários saindo de sua fábrica. Notamos que o primeiro carrega consigo um estandarte do NSDAP, partido que tem na própria nomenclatura uma relação proposital com a classe operária, uma vez que é denominado dos trabalhadores

alemães. Ainda se autodenomina nacional-socialista, o que denota uma suposta intencionalidade voltada ao social e ao reerguimento da nação alemã.

O primeiro trabalhador tem em sua outra mão um martelo empunhado, em posição de luta, assim como o segundo operário, em macacão, tem em seu ombro um bastão. A seriedade em seus rostos poderia ser relacionada como um reflexo da seriedade de sua causa e de suas ações, dentre as quais, percebe-se, destaca-se a de sair às ruas e implementar, não importa se empregando a violência, a revolução nazista.

O discurso visual da gravura tem sua confirmação nas frases que rodeiam a imagem. No título do quadro lê-se “Paciência irmãos traídos, logo vem a reação”¹⁴⁷, o que corrobora a idéia da luta, da revolução iminente. A imagem vai de encontro, portanto, à criação de um imaginário social revolucionário que apóie a ascensão nazista ao poder. O desenho se sustenta ainda na luta de classes ao empregar uma imagem específica, no caso, as fábricas de calcário. Na legenda podemos ler “Os senhores do calcário do ‘clube do poder’ também não evitarão que os trabalhadores alemães rompam livremente as portas do poder”.¹⁴⁸ Aqui fica claro que os trabalhadores representados estão em uma fábrica de calcário e saem às ruas para buscar, em nome dos trabalhadores alemães (de quem o próprio partido nazista se dizia porta-voz), o poder.

A sugestão da gravura, reforçada pela busca de realismo no retrato dos trabalhadores, promove uma sensibilização, uma identificação dos trabalhadores alemães no mundo com a figura do operário da fábrica de calcário. Existe aqui uma delimitação clara dos receptores do discurso, os quais terão uma relação interativa com as representações definidas, promovendo uma nova realidade, a realidade imaginária na qual os receptores se vêem enquanto membros

¹⁴⁷ Trad. livre do autor: “Geduld, verratene Brüder, schon wankt die Reaktion”.

¹⁴⁸ Trad. livre do autor: “Auch die Kalkhausen von Herrenklub werden nicht verhindern, daß das deutsche Arbeitertum sich die Tore zur Macht freibricht”.

desta comunidade de trabalhadores alemães que buscam liberdade, justiça e poder. Assim, aquilo que se propõe a existir na imaginação passa a habitar o imaginário e, desta forma, atinge um nível da realidade.

Chama ainda a atenção a expressão “clube de Senhores” (*Herrenklub*), utilizada para indicar a posição de poder, de caráter econômico e supostamente opressivo, que os diretores e donos da fábrica deteriam, posição esta que pode ser transferida a todo e qualquer chefe ou patrão. O que parece ser apenas uma alusão agressiva aos padrões se mostra também uma espécie de código entre os trabalhadores.

Do lado de cá das palavras, as alusões e as conotações lembram múltiplos elementos da cultura própria aos participantes, evocam fragmentos do passado, reanimam sistemas de referência através dos quais surgem as emoções. Analisar estes sentimentos e estas emoções impõe, portanto, considerar precisamente estes suportes que são as palavras, as frases e todos os sistemas significantes que fazem ressurgir os afetos e associam, na emoção, as representações e os afetos.¹⁴⁹

A concepção da idéia de um “clube de Senhores” não parte, obviamente, daqueles a quem esta denominação diria respeito. É uma expressão cunhada e utilizada pelas camadas que se sentem excluídas do poder, que divergem da autoridade e que, em muitos casos, pertencem à ralé¹⁵⁰. É, portanto, uma palavra própria a estes, uma idéia que povoa o imaginário destes grupos sociais e que, sem dúvida, exerce um reconhecimento não só do termo, mas também do produtor do discurso. Este reconhecimento proporciona uma relação

¹⁴⁹ ANSART, op. cit., p. 22. Trad. livre do autor: « En deçà des mots, les allusions et les connotations rappellent de multiples éléments de la culture propre aux participants, évoquent des fragments du passé, reaniment des systèmes de référence à travers lesquels surgissent les émotions. Analyser ces sentiments impose donc de considérer précisément ces supports que sont les mots, les phrases et tous les systèmes signifiants qui font ressurgir les affects et associent, dans l'émoi, les représentations et les affects. »

¹⁵⁰ ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.

intimista estabelecida entre o leitor e o jornal e, conseqüentemente, com o conhecido detentor da linha discursiva, no caso, o partido nazista.

Trata-se também de uma denominação que ganha em força ao ser utilizada, pois remete também à idéia de raça de senhores. Os discursos nazistas são plenos de referências que remetem à idéia da raça alemã enquanto superior às demais, ou seja, uma raça de senhores. A imagem poderia também passar a idéia subliminar de que não há lugar entre os alemães para um “clube de senhores”, uma vez que toda a raça, no sentido empregado pelos nazistas, era uma raça de senhores.

A aproximação que pode ser observada, e que diz respeito ao vínculo entre o leitor e o veículo que expôs a situação na qual se deu a identificação, exerce um progressivo alinhamento, resultado da cumplicidade que passa a existir entre o emissor e o receptor do discurso. Neste exemplo, o que podemos chamar de “a causa dos trabalhadores” é a força motriz do processo de reconhecimento. Na imagem abaixo um processo bastante semelhante pode ser observado:



Fig. 19. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 22 dez. 1938. p. 8.

Sob a legenda “*Sinfonia do Trabalho*”¹⁵¹, a gravura mostra apenas um complexo fabril funcionando a todo vapor. Aqui, o impresso parece buscar não apenas uma identificação com os trabalhadores, mas também, e principalmente, reforçar uma imagem comumente atribuída aos alemães, qual seja, a de um povo que se definiria por sua operosidade, vista como inerente

à sua natureza. Trata-se ainda de uma apresentação de perspectiva, visto que uma das mais conhecidas plataformas de campanha do NSDAP era a criação de indústrias e a retomada do crescimento alemão, tendo como conseqüência a geração de novos empregos, benefício direto, portanto, aos trabalhadores. A imagem acima, publicada em 1938, expressa uma imagem idealizada de um projeto que os nacional-socialistas buscaram implementar desde sua chegada ao poder. Publicando o desenho, a propaganda passa a reforçar no imaginário algo que já existiria no plano real.

As gravuras acima se caracterizam, quando comparadas às demais analisadas neste capítulo da dissertação, pela busca de uma representação mais aproximada da realidade, com desdobramentos já debatidos aqui. Aproximam-se, neste sentido, das imagens produzidas por Fips para o *Der Stürmer*. Não por acaso, as duas primeiras são veiculadas em terras brasileiras em um momento no qual os nazistas ainda não ascenderam ao poder, enquanto a terceira representa uma imagem de prosperidade criada pelos alemães nativos e ansiada pelos teuto-brasileiros.

Quando da composição de suas charges, Fips procurava a realidade ao máximo, exceto quando o retratado era o elemento judeu. Isso porque, como já pudemos expor, a caricaturização dos judeus na situação leva à percepção de que a sua presença seria diferente, que o judeu seria um elemento nocivo ao funcionamento da sociedade ariana. Entretanto, a

¹⁵¹ Trad. Livre do Autor: “Sinfonie der Arbeit”.

linha editorial do *Der Stürmer* era totalmente baseada no anti-semitismo, diferente do *Deutscher Morgen*, cujo foco era a disseminação do nacional-socialismo entre os teuto-brasileiros. O anti-semitismo surge em suas páginas como um elemento componente do ideário nazista, e não, como no semanário de Nuremberg, como motivação primeira a suas investidas.

Porém, como parte do discurso do NSDAP, o anti-semitismo surge também nas páginas do *Deutscher Morgen*. Tanto nas charges quanto nos textos, podemos verificar a insistência em disseminar o ódio contra os judeus entre os teuto-brasileiros. Entre matérias que traziam as manchetes “Judeidade – Palavras do *Führer* para a Questão Judaica” (*Judentum – Worte des Führer für Judenfrage*¹⁵²) e “Os ‘pobres’ judeus” (*Die “armen” Juden*¹⁵³), entre outras, o semanário inseria observações, charges e citações que exprimiam a visão de mundo nacional-socialista quanto aos judeus. O principal exemplo desta operação do jornal é a coluna “Os judeus te observam”¹⁵⁴ durante os anos de 1935 e 1936. Além de ser um espaço destinado apenas à difamação da comunidade judaica, a coluna trazia ainda, em sua chamada, caricaturas de judeus feitas no estilo de Fips:



Fig. 20. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 5 jul. 1935. p. 15.

¹⁵² DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 16 de Dezembro de 1938. p. 2.

¹⁵³ Ibid, 04 de Novembro de 1938. p. 1.

¹⁵⁴ Trad. livre do autor: “Juden sehen Dich an”.

Os traços exagerados na fisionomia dos judeus caricaturados seguem a técnica de Fips: o nariz grande e as feições mongolóides demonstram sua intenção de inferiorizar os semitas e, além disso, denunciar seu caráter supostamente anômalo na sociedade. Os judeus ali representados estão trajados com roupas que apontam seu *status* social, seja o de um religioso, de um médico, um intelectual, jornalista ou banqueiro; profissionais liberais ou do comércio que passariam uma idéia de aproveitadores do trabalho dos cidadãos. Destaca-se ainda a idéia do judeu intelectual através da caracterização de profissões que dependem de estudo e, mesmo o caso do operário (o segundo da direita para a esquerda), sua posição com a mão no queixo denuncia sua condição “pensante”, podendo remeter à imagem do agitador, do sindicalista ou do comunista. As imagens do intelectual e do banqueiro se integram na idéia do enriquecimento supostamente sem esforço. Com estas caracterizações, o autor consegue passar a idéia de que os judeus estão em qualquer lugar e que, assim, observam os demais.

O mito político da conspiração encontra aqui uma representação completa. O desenho concebe uma onipresença dos judeus na sociedade e, principalmente, uma onisciência quanto aos passos dos não-judeus. A manipulação dos fatos e da realidade – o que, na mesma linha de raciocínio, explicaria quaisquer mazelas sofridas, simplesmente pela simples ação dos judeus – torna-se uma possibilidade evidente no conceito da imagem, abrindo caminho para sua incorporação ao imaginário.

A imagem acima ganha força ao ser associada aos textos difamatórios que, acima da desconfiança, pregam o medo e o ódio aos judeus, fomentando sentimentos que vão exercer influência na arena político-social, como o exemplo abaixo ilustra:

Os judeus são mestres na mentira. Na vida dos judeus como parasitas nos corpos de outras nações e Estados reside uma particularidade fundamental, a qual Schopenhauer por

primeiro levou à discussão, a de que os judeus são os ‘grandes mestres na mentira’. O próprio existir impele os judeus à mentira. E na verdade para sempre enquanto mentira, da mesma forma como o existir dos nórdicos força-os em direção das roupas quentes.¹⁵⁵

Com a associação construída entre imagem e texto o discurso anti-semita ganha em eficácia, pois promove o estímulo emocional não só pela ação da fonte pictórica, que trabalha os sentimentos pela visualização, mas também pela linha pseudo-racional que a natureza do texto evoca, lançando mão de citações de filósofos com ares professorais. Trata-se, em verdade, de uma das características da propaganda de massas nazista, como analisado no primeiro capítulo: o apelo emocional se alia a um apelo de ordem científico-racional para cercar a consciência do indivíduo.

Nas charges do *Deutscher Morgen* do período pré-guerra podemos encontrar ainda exemplos que satirizam outros elementos, em imagens de natureza chistosa. O exemplo que analisamos em seguida é representativo da utilização do humor na concepção de charges que compõem o conjunto da propaganda nazista que atuava em terras brasileiras.

¹⁵⁵ Trad. livre do autor: “Die Juden sind Meister im Lügen. Im Leben des Juden als Parasit im Körper anderer Nationen und Staaten liegt eine Eigenart begründet, die Schopenhauer einst zu dem Ausspruch veranlaßte, der Jude sei der ‘große Meister im Lügen’. Das Dasein treibt den Juden zur Lüge. Und zwar zur immer während Lüge, genau so, wie dieses Dasein den Nordländer zu warmer Kleidung zwingt”. HITLER, Adolf. *Mein Kampf*. p. 334-5. Apud: **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 01 nov. 1935.

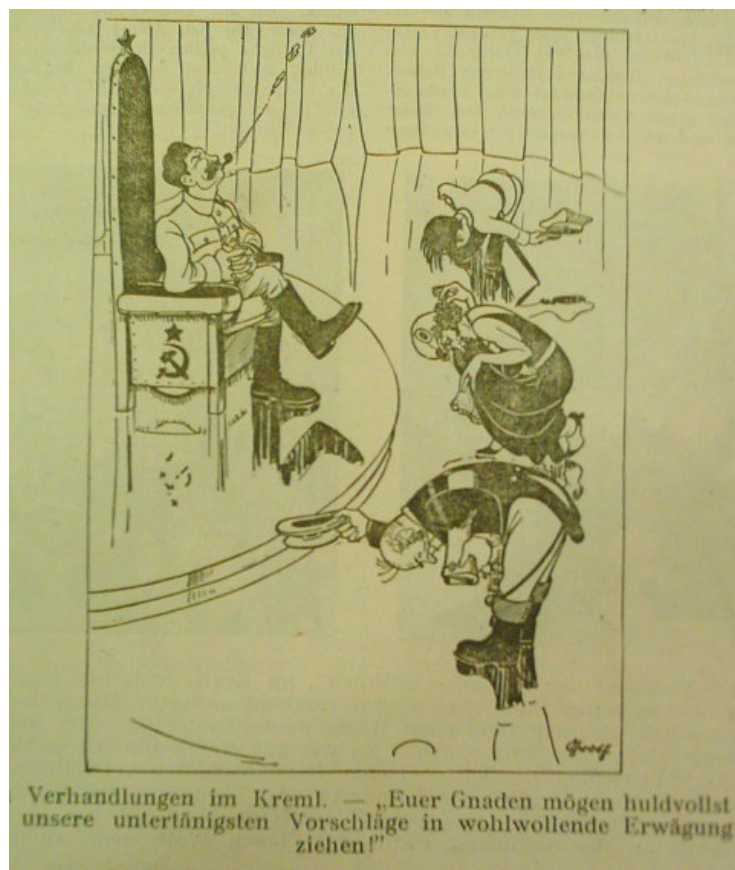


Fig. 21. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 18 ago. 1939. p. 17.

Antes da Alemanha concretizar o pacto nazi-soviético, as outras potências européias buscaram uma aproximação com a URSS para neutralizar os alemães em um possível conflito futuro. Foram iniciadas inúmeras conversas, especialmente entre Stálin e Churchill, mas nenhum acordo foi firmado. Com o impasse surgiu a oportunidade da Alemanha fechar um acordo¹⁵⁶ com os soviéticos, em agosto de 1939, e ficar em posição de vantagem no jogo estratégico que precedeu a guerra.

A charge acima mostra Stálin sentado em um trono e recebendo homenagens daqueles que parecem ser seus vassallos. Em uma análise mais atenta, no entanto, notamos que os três personagens que o reverenciam são um soldado polonês, Marianne, um dos símbolos da

¹⁵⁶ Sobre o pacto nazi-soviético, ver SANTAMARIA, Yves. **1939** – o pacto germano-soviético. Lisboa: Inquérito, 1998.

França e John Bull, personagem que está para a Inglaterra como o Tio Sam está para os Estados Unidos. O desenho se revela uma sátira das inúmeras propostas que foram feitas à União Soviética por estes países, na tentativa de evitar o conflito ou reduzir a vantagem alemã no mapa diplomático europeu.

Na leitura da imagem fica evidenciada a necessidade da verificação do processo mais básico na recepção de discursos: o reconhecimento dos símbolos e signos utilizados na sua transmissão. Este reconhecimento se mostra o fator principal na análise desta charge. É necessário verificar que não apenas o reconhecimento da personagem sentada no trono – Stálin – se faz primordial para o entendimento do quadro, mas também a do soldado polonês e dos símbolos nacionais francês e inglês. São elementos que se impõem no mercado lingüístico daquela conjuntura e que são necessariamente percebidos para que a mensagem atinja seu objetivo, qual seja, o de influenciar a opinião pública sobre o comportamento destes países naquela situação diplomática.

Tal reconhecimento se dá através da observação da figura em outros momentos, mas envolto na mesma conjuntura. A imagem de Stálin, por exemplo, era uma presença constante nas folhas dos jornais da época, assim como de outros líderes considerados carismáticos, como Hitler, Chamberlain e Roosevelt. Ao verificarmos outros jornais do período (no caso, tivemos acesso aos jornais *Gazeta do Povo* e *O Dia*, de Curitiba, e *Folha da Noite* de São Paulo) temos esta comprovação. Desta forma, sua caracterização humorística está apta a ser reconhecida pelos leitores de uma forma automática. Se a simples verificação dos traços primários da caricatura não bastassem, existiriam ainda a decoração do trono no qual está sentado, com uma estrela no encosto e o símbolo universal da foice e do martelo na lateral. O soldado polonês, ao contrário, não exhibe nenhuma identificação que denuncie sua origem. Entretanto, deduz-se sua identidade pela análise da conjuntura, na qual Inglaterra e França buscavam um acordo com URSS ao lado da Polônia, principal interessada na aliança entre

estas nações pela posição geográfica e pelo fato da Alemanha exigir, naquele momento, a região polonesa de Danzig.

Os demais elementos da charge exigem o conhecimento de seus significados e que, apesar de não serem próprios ao período da publicação, eram também muito utilizados como representações de seus países. O primeiro é John Bull, personagem-símbolo da Inglaterra criado por John Arbothnot em 1712. Caracteriza-se pela opulência e pelo ar aristocrático que refletia o apogeu do Império Britânico. A outra personagem é Marianne, personificação da República Francesa e que representa a liberdade e a razão. Sua origem remonta ao século XVIII, e sua representação mais conhecida, ainda hoje, é a do quadro “A Liberdade guiando o povo”, de Delacroix.

A utilização destes dois personagens levanta uma questão pertinente ao estudo das charges. Refere-se a utilização de elementos simbólicos, quase arquetípicos, na construção do discurso do quadro. Na charge, Marianne aparece vestida com roupas típicas da década de 30, mostrando-se uma representação moderna da República Francesa, e se sujeitando a reverenciar o líder soviético. Já no quadro de Delacroix, a personagem surge semi-nua, guiando os franceses para a luta pela liberdade. A utilização desta imagem enquanto essência é a mesma em ambas as obras – trata-se, em última instância, da representação da França. Entretanto, a diferença de sentido que toma em cada uma delas reflete no entendimento do leitor: no quadro de Delacroix, Marianne surge como símbolo de uma França heróica e livre. A imagem que se impõe na charge visa desconstruir este entendimento e mostrar uma França submissa e covarde.

Podemos apontar a manipulação de símbolos nacionais, como se mostram Marianne e John Bull, como uma das principais características das charges, especialmente nas décadas em que estudamos, quando os conflitos internacionais se tornam um motivo constante. Além disso, a personificação dos Estados na figura de seus dirigentes caricaturados também é

recorrente. Estes elementos podem ser melhor analisados nas charges seguintes, publicadas no período da guerra.

3.4. O *Deutscher Morgen* durante a guerra: minando os inimigos

A Segunda Guerra Mundial teve início em 01 de Setembro de 1939, com a invasão da Polônia pelas forças alemãs. Podemos observar a partir de então uma mudança no discurso do *Deutscher Morgen*. O semanário, que até então havia primado pela difusão do ideário nacional-socialista, passa a deter uma linha discursiva voltada apenas para a guerra, buscando o ataque aos inimigos do *Reich* e a exaltação dos feitos do Exército alemão.

Nesta nova missão, como poderemos observar, os ideais nazistas não foram deixados de lado. O anti-semitismo, por exemplo, continua tendo seu lugar na linha editorial do semanário. Entretanto, o ataque a ingleses e franceses e a situação da guerra tornam-se, doravante, o principal foco tanto das reportagens quanto das charges. Minar a imagem dos inimigos dos alemães passa a ser o principal objetivo do semanário e, sendo difundido prioritariamente para a *Volksgemeinschaft*, encontra seu público-alvo.



Fig. 22. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 22 mar 1940. p. 12.

A charge acima, publicada inicialmente no *Chicago Daily Tribune* e republicada no *Deutscher Morgen* em 22 de Março de 1940, reflete a visão do semanário sobre a posição norte-americana durante o conflito. Cabe ressaltar que o jornal tem sua publicação interrompida ao final de 1941, mesmo período em que os EUA entram na guerra, de modo que o *Deutscher Woche* foi impresso durante o período de neutralidade do país.

Neste desenho, os Estados Unidos, representados pela imagem-símbolo do Tio Sam, oferece à França e Inglaterra, no primeiro quadro, um tratado de paz para conter as agressões na Europa. Assinado pelo papa e pelo presidente americano, os “Planos de Combinação para

a Paz”¹⁵⁷ aguardam as assinaturas francesa e inglesa, mas estes, representados na imagem

despreocupados, desinteressados e sentados em seus países, negam o acordo. Suas expressões e o fato de estarem sentados demonstram uma suposta passividade das duas potências européias para com a situação diplomática no mundo. Sobre o Tio Sam encontramos uma auréola, o que certamente simboliza a confiança nas boas intenções norte-americanas. Na auréola se lê “O Espírito de Paz na Terra”.¹⁵⁸

No segundo quadro, a situação se inverte, e quem pede ajuda são os dois países europeus. Presumivelmente buscam ajuda militar norte-americana na condução da guerra, mas o Tio Sam nega seu apoio. Sua atitude parece ser de indiferença com a situação da guerra na Europa, motivada pelas tentativas anteriormente frustradas de manutenção da paz. Esta idéia é corroborada pela legenda, que diz “Inglaterra e França não querem saber hoje de paz. Mas em dois anos é tarde demais.”¹⁵⁹

Sem utilizar de humor aberto, a charge emite uma opinião sobre a guerra, aparentemente um conflito iniciado pela relutância franco-britânica em acordar um tratado de paz, e também sobre a posição norte-americana no conflito, posição esta que seria justificada pelo esforço anterior efetuado pelos Estados Unidos na tentativa de assegurar a paz na Europa. É claro que a charge, sendo originalmente produzida para um diário norte-americano, emitiria uma opinião favorável aos americanos. Entretanto, não buscamos averiguar aqui sua importância levando em consideração seu lugar de produção, mas sim o seu meio de difusão, qual seja, o *Deutscher Morgen*. É neste sentido que a imagem ganha em importância, pois ao aceitar publicá-la, o semanário aceita e incorpora o seu discurso. Desta forma, a posição

¹⁵⁷ “Peace Promotion Plans”.

¹⁵⁸ Trad. livre do autor: “The peace on Earth Spirit”.

¹⁵⁹ Trad. livre do autor: “England und Frankreich wollen heute nichts von Frieden wissen. Aber in zwei Jahren ist es zu spät.”

defendida pela charge é tomada pelo jornal e, conseqüentemente, pela célula do NSDAP no Brasil.



Fig. 23. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 19 abril 1940. p. 15.

A charge acima igualmente busca reforçar um ponto de vista e incuti-lo nos leitores do semanário. Entretanto, este desenho tem um apelo mais humorístico, e ganha em efeito por este motivo.

Na figura, observamos dois homens que se apóiam, apesar de estarem nitidamente com medo. Vemos a figura caricaturada de Winston Churchill com uma bandeira britânica no

peito e, ao seu lado, aparentemente, um francês em trajes simplórios. Ambos carregam armas, o que aponta para a condição belicista da situação. Entretanto, ambos não correspondem à imagem normalmente concebida dos soldados, mostrando-se temerosos em relação a seu inimigo.

Sob a legenda “Você tem de pensar sempre: nós somos dois e ele é só um – isso acalma!”¹⁶⁰, encontramos não só a confirmação do estado amedrontado, mas também a fonte do chiste, pois é na tentativa evidentemente frustrada de se acalmar que reside a fonte do riso. É denunciada a situação patética na qual se encontram os representantes britânico e francês quando colocados em confronto com seu inimigo. A percepção do sentimento que envolve os dois resulta da análise de seus traços secundários, especialmente do inglês. Em sua face podemos verificar, através da posição da sobrancelha e dos lábios, a expressão do medo. Surge então uma perfeita sincronia entre os traços secundários e primários, de acordo com a teoria do desenho de Will Eisner¹⁶¹, pois podemos reconhecer a figura do primeiro-ministro britânico Churchill com medo, personificando, é claro, o seu país. Além disso, a silhueta dos dois personagens, apoiando-se e tentando se encorajar, mostra a eficiência da técnica das silhuetas exposta por Eisner.

A charge, entretanto, ganha em sua natureza propagandística com o terceiro elemento que podemos observar. Trata-se da sombra que se encontra atrás dos dois soldados, outro exemplo da importância da silhueta na transmissão do discurso das imagens. Isso porque, apesar de podermos ver apenas a sombra na parede, podemos chegar à conclusão de que se trata de um soldado alemão, não pelo fato de França e Inglaterra estarem, naquele momento, em conflito com os alemães, mas porque o capacete que o soldado da sombra usa é um típico modelo do Exército alemão. Aqui a representação do soldado e do Exército alemães se

¹⁶⁰ Trad. livre do autor: “Du musst immer denken: wir sind zwei und er ist bloss einer – das beruhigt!”.

¹⁶¹ EISNER, Will. **Quadrinhos e Arte Seqüencial**. São Paulo: M. Fontes, 2001.

inserir no imaginário social, tomando forma própria e sendo prontamente reconhecidos. Busca-se esta apropriação da imagem no imaginário não apenas pelo fato de tal conceito passar ao “senso comum”, mas também porque com isso a sua utilização em materiais pictóricos de propaganda torna a transmissão da essência do discurso automática.

Nesta imagem podemos ainda destacar a utilização do humor enquanto meio de persuasão. Já pudemos abordar este tema anteriormente e colocar que o riso pode agir, de forma eficaz, enquanto catalisador de paixões e de ódios públicos. Neste exemplo, a imagem corrobora para a apreensão sensorial do leitor, que é alvo de uma ação psicológica duplamente eficaz: a simpatia pela conclusão da charge, qual seja, a de que os exércitos alemães são mais fortes que os franceses e os ingleses, é arregimentada através da empatia que o discurso pictórico é capaz de provocar e também pela força do riso.

O riso, entretanto, mostra-se uma força em favor da propaganda também em discursos humorísticos não pictóricos, como a anedota. É o que ocorre quando, após a batalha de Dunquerque, entre 25 de maio de 1940 e 04 de junho do mesmo ano, começam a aflorar piadas sobre a retirada das forças inglesas e francesas da região. Um exemplo é o caso de dois soldados ingleses, John e Dun, que conversam em seu quartel, já de volta à Inglaterra: “- *Dun, quer que* lhe diga uma coisa? - Por favor, não me fale em Dunquerque!”.¹⁶² Aqui, a anedota tem por objetivo apenas reforçar a vitória alemã sobre as forças aliadas. De fato, através do riso por ela causado, o leitor tem suscitado o sentimento de simpatia pelo produtor do gracejo que, fica claro, foi o vencedor da batalha.

Tem ainda um papel de transformar a vitória de Dunquerque em um mito no imaginário alemão e de toda a *Volksgemeinschaft*. Na constituição do imaginário social alemão – não apenas alemão, mas da maioria das sociedades européias – as batalhas vencidas e perdidas ocupam uma importante parcela da mitologia moderna. Assim, Dunquerque seguia

¹⁶² DEUTSCHE MORGEN. São Paulo: 26 set. 1941. p. 18.

o caminho de outras grandes batalhas, como as vencidas durante a Primeira Guerra Mundial, de acordo com Christian Graf von Krockow:

Pergunte para as pessoas sobre um mito que se originou com a guerra, e todos vão citar dois. O primeiro foi o mito de Tannenberg, o qual fundamenta o papel de Paul von Hindenburg, o velho general, na história do século 20. Ele se deixa entender sem rodeios, então trata-se de uma brilhante vitória, equiparável ao triunfo em Sedan, em 1870, sobre o “inimigo mortal” no Oeste, a qual, por assim dizer, representou a vitória fundamental do império de Bismarck. Dela nasceu, mais tarde, o “Dia de Sedan”, o único feriado nacional popular que já existiu em nosso país.¹⁶³

Como podemos concluir, a criação de um mito sobre as batalhas vitoriosas serve à causa de governos e de nações que busquem fundamentar um imaginário social. O pequeno chiste aqui colocado buscava, da mesma forma, elevar a batalha de Dunquerque à categoria de mito alemão, servindo à busca pela popularização do Estado nacional-socialista. Mais uma vez, o riso auxilia no estímulo de sentimentos de simpatia.

Em outra fonte, podemos observar o ataque direto aos ingleses, tema bastante corrente nas charges do *Deutscher Morgen*:

¹⁶³ KROCKOW, Christian Graf von. **Von deutschen Mythen** – Rückblick und Ausblick. Stuttgart: Deutachland Verlags-Anstalt, 1995. p. 17. Trad. livre do autor: “Fragt man nach Mythen, die der Krieg gebar, so sind vor allem zwei zu nennen. Der erste war der Tannenberg-Mythos, der die Rolle Paul von Hindenburgs, des greisen Generals, in der Geschichte des 20. Jahrhunderts begründete. Er läßt sich ohne Umschweife verstehen, denn es handelte sich um einen glanzvollen Sieg, vergleichbar dem Triumph bei Sedan 1870 über den “Erbfeind” im Westen, der gleichsam den Gründungssieg des Bismarckreiches darstellte. Aus ihm wurde später der “Sedantag” geboren – der einzig populäre Nationalfeiertag, den es hierzulande jemals gegeben hat.”

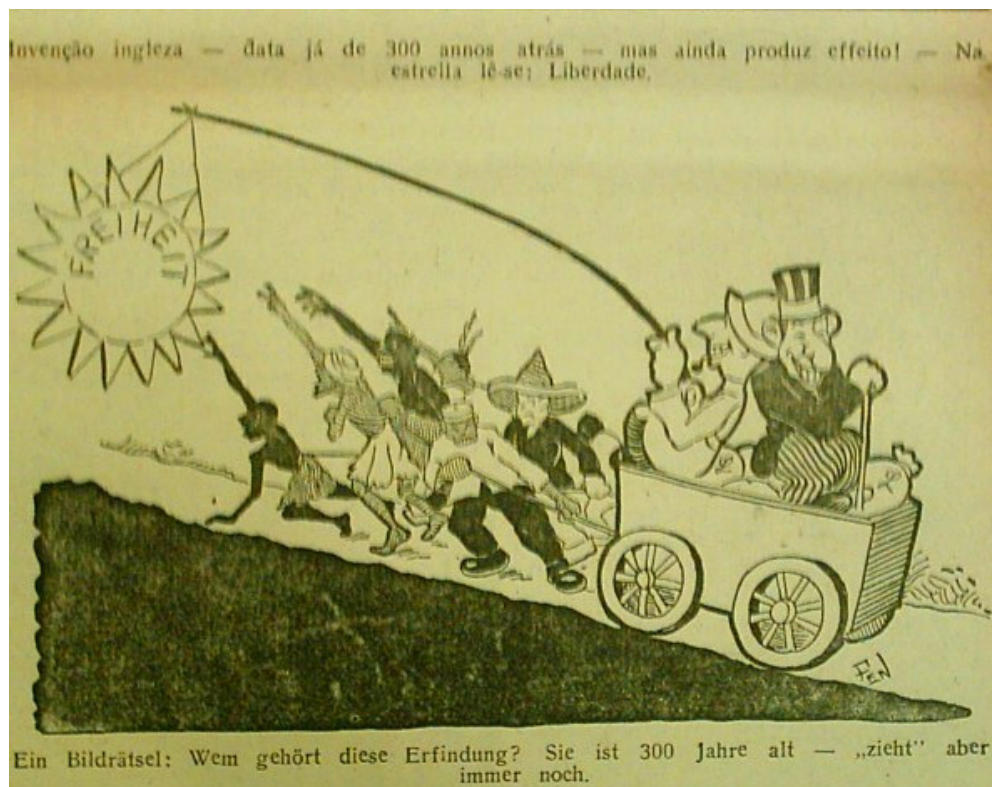


Fig. 24. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 19 abril 1940. p. 18.

Na imagem podemos observar uma carroça sendo puxada por vários homens de diferentes raças e etnias. São indivíduos representantes das várias colônias inglesas no mundo, desde a Índia até a África. Sentados na carroça, dois ingleses (um deles detendo as feições caricatas do judeu) sorriem, utilizando como “isca” para os colonos a imagem de um sol, no qual se lê “Liberdade”.¹⁶⁴ Sob os dois ingleses podemos ver ainda alguns sacos de dinheiro que trazem o símbolo da libra, sabidamente, a moeda inglesa. Denuncia-se assim a condição de riqueza que viveriam os colonizadores, contrastando com a miséria dos colonizados.

A interpretação do quadro se torna evidente com a compreensão de todos estes elementos: o poder dos ingleses se sustentaria na força de sua moeda que, por sua vez, seria sustentada pelo trabalho explorado em suas colônias. Entretanto, esta idéia só pode ser tomada a partir do reconhecimento, em primeiro lugar, do símbolo da libra (£), o que aponta para a

¹⁶⁴ Trad. livre do autor: “Freiheit”.

origem inglesa dos dois indivíduos sentados sobre a carroça. Na essência do desenho, este é um detalhe crucial, pois, apenas trocando o símbolo e indicando uma origem francesa ou holandesa por exemplo, direcionaríamos a interpretação para estes países, visto que ambos possuíam também colônias. Assim, o reconhecimento do sentido da charge não se sustenta apenas pelo conhecimento da existência de um sistema colonial inglês, o que justificaria a presença dos indivíduos que puxam a carroça, mas o reconhecimento deste sistema *enquanto* inglês se baseia no fato do leitor identificar o símbolo da libra, o que, por si só, exige uma experiência comum entre o produtor da charge e o seu observador.

Para evitar que o fato de um possível leitor não reconheça o símbolo, é dada uma sustentação escrita para o desenho. Na legenda da imagem, podemos ler “Invenção inglesa – data já de 300 annos atrás – mas ainda produz effeito! Na estrellla lê-se: Liberdade”. Da versão em português, situada no alta da imagem, em relação à versão alemã, abaixo, podemos encontrar algumas pequenas diferenças, visto que na tradução da frase em alemão, lemos “Uma charada: A quem pertence esta invenção? Ela tem 300 anos – mas ainda funciona.”¹⁶⁵

A desqualificação dos ingleses e a conseqüente produção de um sentimento a eles avesso se dá, na imagem, pela manipulação dos povos através da promessa de liberdade. Além disso, podemos ainda citar a suposta ligação do capital inglês com os judeus, que também tinham, nas páginas do *Deutscher Morgen*, uma caracterização negativa. Os ingleses e suas agências de notícias ganham ainda outras desqualificações em suas páginas, como mostram as duas imagens abaixo:

¹⁶⁵ Trad. livre do autor: “Ein Bildrätsel: Wem gehört diese Erfindung? Sie ist 300 Jahre alt – “zieht” aber immer noch.”

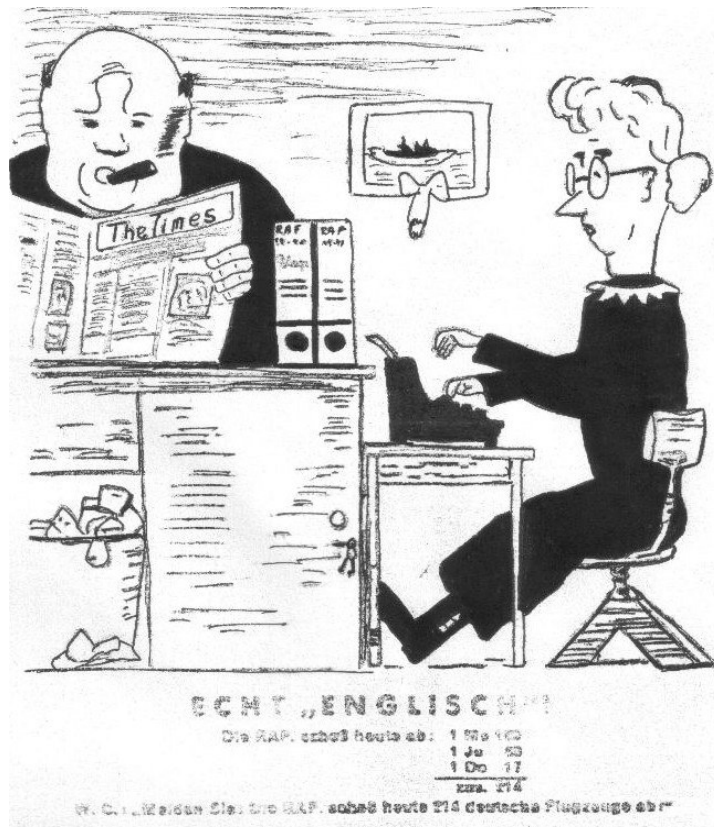


Fig. 25. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 2 maio 1941. p. 4.

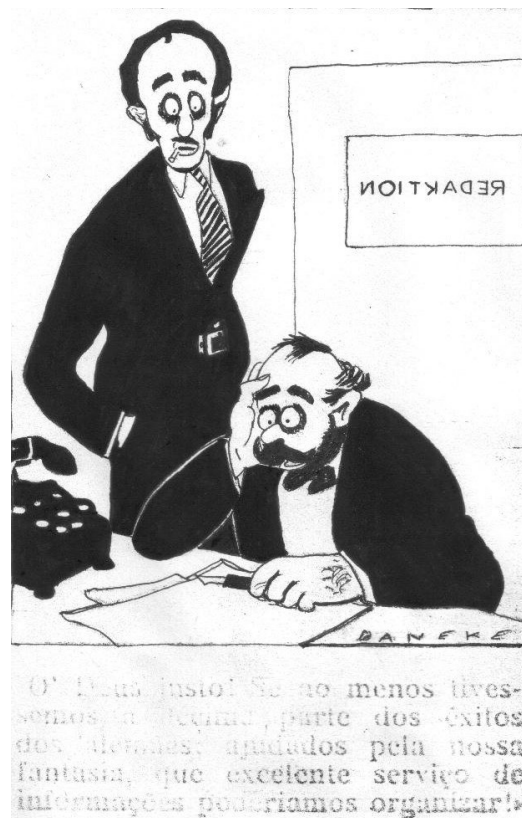


Fig. 26. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 5 set. 1941. p. 1.

Na primeira imagem podemos ver Winston Churchill, com seu indefectível charuto, lendo uma edição do *Times* em seu escritório. Na segunda charge, dois jornalistas, presumivelmente da agência britânica *Reuters*, parecem estar cansados e aflitos, condição acusada pelos detalhes de seus traços secundários, especialmente suas olheiras.

As duas, entretanto, possuem como tema central a manipulação de informações por parte dos ingleses. A primeira charge mostra Churchill lendo um jornal que traz uma notícia produzida por jornalistas britânicos. Sob o título “Tipicamente inglês”¹⁶⁶, temos acesso ao pensamento do primeiro-ministro britânico enquanto está lendo uma matéria sobre as perdas da Aeronáutica alemã na guerra. Na legenda da imagem, percebemos que Churchill faz uma conta matemática distorcida:

A RAF abateu hoje:

1 Me 109 + 1 Ju 53 + 1 Do 17 = 214

W. C.: ‘Anuncie: A RAF abateu hoje 214 aviões alemães’.¹⁶⁷

Os números utilizados por Churchill para fazer a conta não são a quantidade de aviões alemães abatidos, mas sim os seus números de identificação. O Me 109, por exemplo, refere-se ao Messerschmit 109, famoso avião de caça da *Luftwaffe*. Da mesma forma, Ju se refere ao Junkers e Do ao Dornier. Entretanto, a numeração correspondente ao modelo parece ser mais adequada ao inglês para anunciar a eficiência da RAF, a Força Aérea Real inglesa, ao invés dos três aviões que teriam sido realmente abatidos. A conta que Churchill faz está, além disso, errada, uma vez que seu resultado seria 169, e não 214. Assim, a charge ganha em humor não

¹⁶⁶ Trad. livre do autor: “Echt ‘Englisch’”

¹⁶⁷ Trad. livre do autor: “Die RAF schoß heute ab: 1 Me 109, 1 Ju 53, 1 Do 17 / zws. 214. W.C.: ‘Melden Sie: Die RAF schoß heute 214 deutsche Flugzeuge ab!’”.

apenas por denunciar uma suposta manipulação cômica da informação, mas também pela incapacidade do primeiro-ministro em somar corretamente tais números.

O humor vem a reforçar a denúncia efetuada na gravura: a de que os ingleses manipulariam as informações passadas ao grande público, distorcendo os fatos e difundindo, inclusive para o Brasil, através de suas agências de notícias, falsas notícias e números da guerra. Esta idéia é reforçada pela segunda charge, na qual dois jornalistas sofrem para escrever tais matérias, como aponta-nos a legenda: “Ó Deus justo. Se ao menos tivéssemos a décima parte dos êxitos dos alemães, ajudados pela nossa fantasia, que excelente serviço de informações poderíamos organizar.”

Nesta gravura, a imagem se junta à legenda na condição de complemento ao texto. A imagem, por si só, pouco fala, tendo como principal função apontar o esgotamento dos jornalistas britânicos. Tal esgotamento teria origem no suposto trabalho exaustivo de inventar notícias positivas sobre o desenrolar da guerra para os britânicos. Além de apontar para a manipulação inglesa dos fatos, a legenda ainda ratificaria a eficiência alemã na guerra, eficiência que seria invejada pelos “produtores de notícia” ingleses. A partir de 1940 a guerra de propaganda que envolvia as agências de notícias européias se torna um assunto privilegiado no *Deutscher Morgen*, que buscava, junto de toda a máquina propagandística nazista, promover a desconfiança sobre as notícias de origem inglesa. Em nossa fonte esta questão ultrapassou os limites das charges e ganhou uma pequena coluna no ano de 1941 intitulada “A Guerra das Falsidades” (*Der Lügenkrieg*), na qual eram desmentidas as notícias divulgadas pelos ingleses e exaltadas as ações alemãs.

A afirmação atribuída ao senador norte-americano Hiram Johnson, em 1917, de que “na guerra, a primeira vítima é a verdade” se reflete nesta constante evocação das supostas mentiras que os britânicos divulgariam. Está claro que o leitor do *Deutscher Morgen* dificilmente esperaria uma cobertura imparcial da guerra, mas o ataque aos

noticiários ingleses, especialmente o chistoso, tem o efeito de denunciar uma condição desonesta dos britânicos, corroborando, desta forma, para o afloramento de sentimentos hostis.

Também alvos de ataques no semanário, os judeus, como já colocado, sofrem nas páginas do *Deutscher Morgen* uma hostilização constante, independente do período ser anterior ou posterior à eclosão da guerra. Uma das bases do ideário nacional-socialista, o anti-semitismo ganha também representações chistosas, como a abaixo:

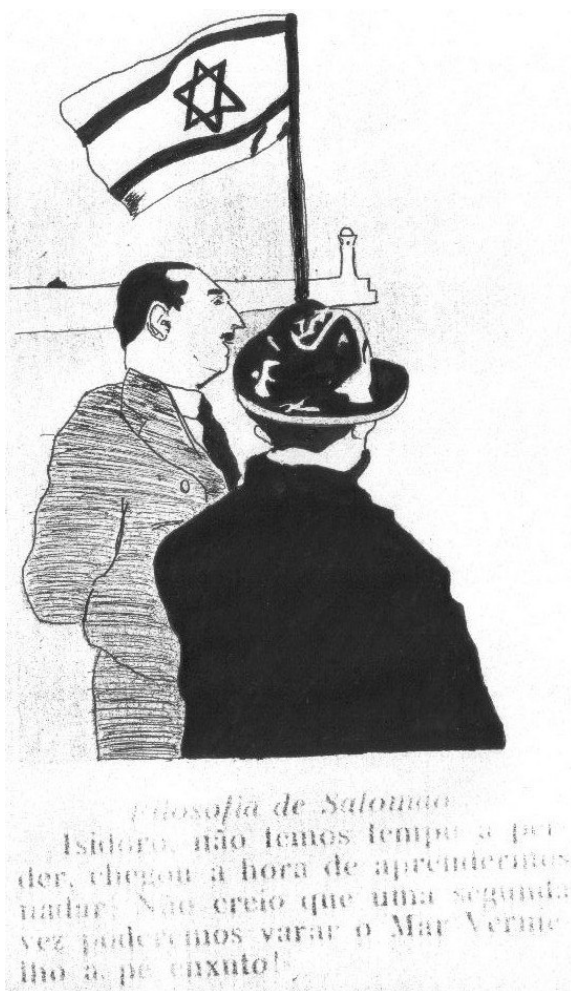


Fig. 27. DEUTSCHER MORGEN. São Paulo: 19 set. 1941. p. 2.

Sob o título “Filosofia de Salomão”, a charge mostra dois judeus – que são denunciados pela bandeira sionista, posteriormente transformada em bandeira do Estado de Israel – conversando à beira de uma praia. Através da legenda, temos acesso à conversa travada entre os dois: “Isidoro, não temos tempo a perder, chegou a hora de aprendermos a nadar. Não creio que uma segunda vez poderemos varar o Mar Vermelho a pé enxuto!”

O riso provocado pelo chiste e que, com sua produção de prazer estudada por Freud, buscará a concordância do ridente com o assunto tratado, é provocado pela alusão à travessia do Mar Vermelho, feita pelos judeus sob a liderança de Moisés e narrada na Bíblia. Naquela situação, os judeus eram perseguidos pelos exércitos do faraó e, emboscados, teriam sido beneficiados por um milagre ao poderem atravessar o mar pela abertura do mesmo. Os dois judeus retratados na charge também pensam em uma fuga, porém, de uma perseguição que estaria sendo efetuada pelos nazistas. Assim, o riso traz a concepção inconsciente da naturalidade da perseguição, fazendo com que o leitor se alinhe à opinião de que os judeus formariam um corpo estranho na sociedade e, portanto, deveriam ser perseguidos.

Outro ponto importante na imagem é a não utilização de caricaturas na representação dos judeus, o que, para além da técnica do chargista, poderia indicar uma intenção realista em relação à perseguição e detração dos judeus, ou seja, uma representação da situação que tendesse ao realismo repercutiria de forma mais direta no inconsciente, como também faziam as charges de Fips. O fato da charge não se utilizar de caricaturas em sua composição a faz, apesar de deter a indicação do realismo, como tratamos acima, perder muito do apelo humorístico que poderia conter, o que se tenta resgatar através da legenda. Isso porque a caricatura, ao exagerar alguns traços do caricaturado, acusa e aponta os defeitos e os pontos anômalos, satirizando de forma mordaz o objeto do escárnio e causando o riso no leitor. Sem esse elemento, a charge perde, portanto, parte de seu apelo enquanto peça de propaganda.

Com a inexistência do terror institucional nazista sobre a colônia teuto-brasileira e a distância geográfica entre esta e a Alemanha, o NSDAP não consegue lançar mão de uma propaganda direta sobre seu público-alvo, como ocorria no caso das charges do *Der Stürmer*. Aqui, a propaganda se dá com menor intensidade, mas se faz presente e, através de outros métodos e caminhos, busca persuadir seu alvo. Esse é o papel que o humor encontra no caso das charges do *Deutscher Morgen*, qual seja, o de difundir veladamente uma propaganda que se mostra mais atenuada quando comparada à veiculada pelo *Der Stürmer*. Assim, tal propaganda poderia encontrar ecos tanto entre os leitores devotados ao nacional-socialismo quanto entre os leitores considerados neutros.

CONCLUSÃO

“Em um café berlinense na década de 30, encontram-se dois judeus. Ao avistar seu amigo, o recém-chegado nota uma edição do *Der Stürmer* sobre a mesa e, indignado, pergunta:

- Como você pode ler este lixo nazista?

Ao que o amigo responde:

- Quando eu leio os outros jornais, só vejo desgraça. Judeus perseguidos, mortos e exilados, empresas e bens confiscados e um anti-semitismo cada vez maior. Entretanto, quando eu leio o *Der Stürmer*, vejo que somos os detentores dos poderes ocultos do mundo, que somos donos de todas as grandes empresas, da mídia e dos bancos. É realmente uma leitura altamente reconfortante.”¹⁶⁸

A piada acima, de autoria anônima, corria entre os judeus alemães no período nazista. Sua mensagem, baseada no absurdo de um judeu se sentir bem ao ler o semanário de Streicher, deixa claro o poder que as imagens nele divulgadas tinham ao entrar em contato com os indivíduos. Trata-se de uma peça de destaque na engrenagem da propaganda nacional-socialista, assim como pode ser considerado o *Deutscher Morgen*, a outra fonte por nós estudada. Da mesma forma, as charges nele publicadas cumpriam a função de divulgar as idéias e a visão de mundo defendidas pelo NSDAP.

A especificidade de nossas fontes aponta para uma conjuntura diferenciada, na qual a defesa de ideais e de discursos ideológicos estava presente nos mais diversos campos. São desenhos que se baseiam em ideais acima dos fatos, mas que se utilizam destes e dos atores políticos para transmitir uma mensagem. Neste sentido, a crítica estampada nas charges

¹⁶⁸ Cf. MINOIS, Georges. *História do Riso e do Escárnio*. São Paulo: UNESP, 2003. p. 566.

obedece a uma lógica ditada pela ideologia seguida pelo jornal e pelo artista. Essa é a razão pela qual a charge, seja ela veiculada em jornais, revistas ou, contemporaneamente, na internet, constitui-se em uma parte importante na arena de debates políticos. O discurso que lhe é inerente faz da charge uma eficiente propagadora de idéias, ao que se soma o imediatismo de sua absorção.

Sendo os jornais (especialmente aqueles com uma linha editorial alinhada politicamente), assim como as charges neles publicadas, elementos expressivos na arena de debates políticos, encontramos a razão pela qual o político é, em última instância, o objeto privilegiado nesta dissertação. Ao analisarmos as charges, tomamos estas fontes como um item de propaganda, como um elemento discursivo no campo político. Não colocamos as charges e tampouco os jornais como representativos de toda a propaganda nazista, pois cada elemento desta possui suas especificidades. Destacamo-las, sim, enquanto elementos importantes e constituintes desta máquina propagandística. Neste sentido, pudemos evidenciar em várias passagens algumas das técnicas empregadas, a dinâmica própria dos materiais de propaganda e as possibilidades de sua influência sobre aspectos da política e, assim, da própria política.

A interação estabelecida entre as charges e seu público, conforme verificamos, trabalha com o imaginário da sociedade em questão. Esta relação perpassa o campo do político quando busca determinar, pela difusão de uma visão de mundo, a orientação das idéias do espectador, concebendo um olhar específico sobre as instituições, os atores e as ações sociais. Quando a propaganda das charges é bem-sucedida, ela alcança o mesmo objetivo que um pôster ou uma matéria de um jornal militante alcançaria, qual seja, o de oferecer uma idéia e convencer o leitor de que ela é não apenas válida, mas correta.

A charge integra, portanto, uma visão de mundo a uma imagem por vezes de cunho humorístico, o que garantiria ainda uma facilidade maior na recepção da idéia divulgada. O

riso provocado pelo elemento chistoso da charge, como já pudemos descrever, desenvolve uma simpatia inconsciente pelo seu conteúdo através da produção de prazer derivada da risada. As piadas e as caricaturas utilizadas na composição do quadro se transformam em agentes propagandísticos ao defenderem uma determinada posição política e, causando o riso, promovem uma simpatia velada por ela.

As caricaturas de atores políticos mostram-se essenciais não apenas por proporcionar ao leitor o reconhecimento do assunto tratado, mas cumprem um papel importante na satirização destes atores, visto que a caricatura deforma o indivíduo na busca por uma crítica de suas ações ou posições e também faz rir. Trata-se de um ponto importante, pois, ao rir de uma representação caricaturada, admite-se a satirização do ator como condição possível no plano do real, o que mina a autoridade que o representado venha a ter. Nas charges do *Der Stürmer*, o principal caricaturado é o judeu, reconhecido como uma “entidade” que manipularia e “contaminaria” a sociedade alemã. Já no *Deutscher Morgen* verificamos uma maior incidência de caricaturização de personagens políticos, especialmente a de Winston Churchill. Em ambos os casos, a ridicularização do elemento retratado é o objetivo.

Essa premissa também pode ser constatada ao observarmos que em nenhum dos desenhos encontramos uma caricatura de Hitler ou de outro líder nacional-socialista. Ao contrário, os caricaturados são sempre os elementos identificados como inimigos ou opositores dos nazistas. A personificação de Estados ou de ideologias, nos dois casos aqui estudados, resume-se a Churchill, Stálin ou aos “personagens-símbolos”, como John Bull. São nestes casos que o escárnio da caricatura se mostra mais eficiente, pois, ao caricaturar a personificação do país, satiriza-se o país como um todo.

Ao tomarmos a máquina propagandística nazista em análise, percebemos claramente o papel que detêm os jornais militantes na divulgação do ideário nacional-socialista, assim como em qualquer partido ou organização. Esta prática possibilita a constituição de uma

identificação do membro ou do simpatizante com o grupo, bem como o fomento contínuo do sentimento afetivo em relação à instituição ou de hostilidade para com os adversários. Os afetos públicos assumem então diferentes graus de intensidade nos indivíduos, assim como a incitação de ódios e amores por parte da propaganda visa diferentes públicos, localizados em contextos distintos. Isto é demonstrado claramente na análise das nossas fontes, destinadas a públicos distantes geograficamente e que demandariam abordagens diferentes por parte dos propagandistas. Também neste sentido, o intrincado sistema propagandístico nazista encontra então nestas fontes uma representação exemplar.

O pensamento de que a ação da propaganda e de que a busca pela imposição das idéias nacional-socialistas são gradualmente intensificadas conforme caminhamos ao centro de seu sistema, seguindo a formulação de Hannah Arendt, pôde ser demonstrado em nossas análises anteriores. O semanário *Der Stürmer*, editado em Nuremberg e com distribuição para toda a Alemanha, apresenta em sua linha editorial um ataque direto e corrosivo contra os judeus e outros inimigos do NSDAP, o que se reflete também no discurso das charges nele publicadas. Nelas, o chargista Fips concentra seus esforços na caracterização estigmatizada dos judeus aliada à exaltação do partido.

O humor, tido como parte importante na construção do discurso das charges, deixa de sê-lo nas imagens do *Der Stürmer*. Para os propagandistas nazistas, parece ter sido mais interessante utilizar as charges do semanário para divulgar uma suposta realidade sombria na Alemanha, na qual os inimigos do nacional-socialismo – especialmente os judeus – surgem como bode expiatório para a situação de penúria que assolava a economia e a população alemãs. As imagens que demonstram alguma veia humorística devem ser interpretadas conforme a conjuntura na qual foram criadas e as prováveis intenções dos produtores. Um leitor poderia rir pela simples concordância com a idéia passada, mas também poderia expressar uma risada nervosa a qual, da mesma forma, agiria como uma descarga de tensões e

traumas, causando também a sensação prazerosa do alívio e, assim, a concordância com a mensagem. O riso que poderia ser provocado pelas charges do *Der Stürmer* é uma das intenções dos desenhos. Outra, mais explícita, é o assombro e o medo, o que viria a colaborar com a criação da atmosfera necessária à implementação do Terror em solo alemão.

No *Deutscher Morgen*, entretanto, o discurso das charges se mostra mais brando que o daquelas veiculadas no *Der Stürmer*, assim como o humor se faz mais presente naquelas de forma mais intensa que nestas. Verifica-se uma mudança na forma do discurso de acordo com o público-alvo. Aos alemães na Alemanha, que viviam a propaganda nazista cotidianamente desde a década de 20 e que, com a chegada do NSDAP ao poder, assistiram à gradual implementação do terror em seu país, a propaganda era mais direta e brutal. Tais características se refletem nas charges do *Der Stürmer*, que ganham em qualidades panfletárias. Já aos “alemães do exterior” era destinada uma propaganda atenuada, visando à promoção da simpatia pelo partido e seu ideário antes de perpetrar a militância. Da mesma forma, as charges veiculadas no *Deutscher Morgen* são menos agressivas (ou ao menos o fazem de forma mais branda) e dão maior destaque ao humor. Nestas, o humor age como catalisador de simpatia através do prazer provocado pelo riso, que surge através de gracejos, piadas e de chistes, conforme verificamos na análise empírica.

Podemos assim concluir que o humor, a despeito de sua eficácia no arrebanhamento de simpatizantes, pode carregar também consigo o estigma da ridicularização, da graça e, então, da “não seriedade”. Esta condição pode nos trazer a conclusão de que, sob o ponto de vista de quem cria a propaganda (e não, necessariamente, de quem a absorve), o riso causado pelo humor alivia a carga simbólica do material, sendo, portanto, um eficiente fator de angariação de simpatias em determinados ambientes. Encontramos, desta forma, um apontamento que explicaria a clara dicotomia existente entre a natureza humorística das charges do *Deutscher Morgen*, cuja sede se localizava longe do centro da estrutura capácea do movimento e do

Estado nazistas, e a natureza mais sombria do *Der Stürmer*, mais centralizado nesta mesma ambientação.

Cabe ainda destacar o fato de nossas fontes terem sido publicadas em jornais e, portanto, carregarem uma delimitação sócio-econômica em relação ao público que entraria em contato com elas. Tanto o *Der Stürmer* quanto o *Deutscher Morgen* eram vendidos, ou seja, eram publicações que precisavam do interesse (ou da indiferença) de seu público para divulgar suas idéias. Assim, os impressos serviriam para reforçar os afetos do militante nazista ou para convencer o indiferente. Agiriam de forma a minar as resistências daqueles que ainda não tivessem opinião formada sobre a ideologia nacional-socialista e a reforçar a simpatia daqueles que a tivessem aceito enquanto uma visão de mundo válida.

As charges e as linhas editoriais dos jornais aqui analisados seguem, portanto, uma lógica bastante específica na busca de apoio ou de sustentação do poder por parte dos nazistas. Esta é, no entanto, uma amostra não apenas do modo de operar da máquina de propaganda nazista, mas também do método na busca por fomentar, em segmentos específicos, sentimentos públicos no campo político.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento** – fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ANSART, Pierre. **La Gestion des Passions Politiques**. Lausanne: L'Age d'Homme, 1983.
- _____. **Ideologias, Conflitos e Poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- _____. **A Dignidade da Política**. Ensaios e conferências. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1993.
- _____. **Entre o Passado e o Futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- _____. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- _____. **Sobre a Violência**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001.
- AULICH, Werner. **O Paraná e os Alemães** – estudo caracterológico sobre os imigrantes germânicos. Curitiba: Grupo Étnico Germânico do Paraná, 1953.
- BALANDIER, Georges. **O Poder em Cena**. Brasília: UNB, 1982.
- BERGSON, Henri. **O Riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Brasília: Edunb, 1993.
- BOURDÉ, Guy; MARTIN, Hervé. **As Escolas Históricas**. Dom Quixote: Lisboa, s.d.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Lingüísticas: O que falar quer dizer**. São Paulo: EDUSP, 1996.
- _____. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- _____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman (org.) **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- BREPOHL DE MAGALHÃES, Marionilde. **Pangermanismo e Nazismo** – A trajetória alemã rumo ao Brasil. Campinas: FAPESP, 1998.
- BRESCIANI, Stella; NAXARA, Márcia. **Memória e (Res)Sentimento: Indagações sobre uma Questão Sensível**. Campinas: Unicamp, 2004.
- BRESCIANI, Stella; BREPOHL, Marion; SEIXAS, Jacy (org.). **Razão e Paixão na Política**. Brasília: UNB, 2002.

- BURSZTEM, Jean-Gérard. **Hitler: A Tirania e a Psicanálise** – ensaio sobre a destruição da civilização. Rio de Janeiro: Cia. de Freud, 1998.
- BYTWERK, Randall L. **Julius Streicher** – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper Der Stürmer. New York: Cooper Square, 2001.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- _____. **O Mundo Fragmentado**. As encruzilhadas do Labirinto 3. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- COGGIOLA, Osvaldo (org.). **Segunda Guerra Mundial** – Um Balanço Histórico. São Paulo: Xamã, 1995.
- COHN, Gabriel (org.). **Weber**. São Paulo: Ática, 2001. Col. Grandes Cientistas Sociais.
- DIEHL, Paula. **Propaganda e Persuasão na Alemanha Nazista**. São Paulo: Annablume, 1996.
- DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para Ler o Pato Donald** – Comunicação de Massa e Colonialismo. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- DUCROT, Oswald. **O Dizer e o Dito**. Campinas: Pontes, 1987.
- DUPEUX, Louis. **História Cultural da Alemanha**. Rio de Janeiro: Record, 1992.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- ELLUL, Jacques. **Propaganda**. The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage, 1973.
- FAUSTO, Bóris (org.). **História da Civilização Brasileira** – o Brasil Republicano. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996. vol. 11.
- FONSECA, Joaquim. **Caricatura** – A Imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.
- FRANCO JÚNIOR, Hilário. **Cocanha**. A história de um país imaginário. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.
- FREITAG, Bárbara; ROUANET, Sérgio (org.). **Habermas**. São Paulo: Ática, 1980.
- FREUD, Sigmund. **O Chiste e sua relação com o Inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

- _____. *Psicología de las masas y análisis del yo*. In: FREUD, Sigmund. **Obras Completas**. Tomo III. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, 1981. p. 2563-2610.
- FRY, William. **Sweet Madness: A Study of Humor**. New York: Pacific Book Pub, 1968.
- GAY, Peter. **Freud para historiadores**. São Paulo: Paz & Terra, 1989.
- _____. **A Experiência burguesa da Rainha Vitória a Freud – O Cultivo do Ódio**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.
- GERTZ, René. **O Perigo Alemão**. Porto Alegre: Universidade, 1991.
- GIRARDET, Raoul. **Mitos e Mitologias Políticas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.
- GÓES, Maria Conceição Pinto de. **A Imprensa brasileira ante o fascismo; a tomada do poder na Alemanha**. Rio de Janeiro: Inst. Goethe, 1983.
- GOMBRICH, E. H. **Arte e Ilusão – um estudo da psicologia da representação pictórica**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- GOODRICK-CLARKE, Nicholas. **The Occult Roots of Nazism**. Secret Aryan Cults and Their Influence on Nazi Ideology. New York: New York University Press, 2004.
- HABERMAS, Jürgen. **Consciência Moral e Agir Comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HALL, Calvin; NORDBY, Vernon. **Introdução à Psicologia Junguiana**. São Paulo: Cultrix, 1985.
- HILLENBRAND, Fritz K. M. **Underground Humour in Nazi Germany 1933-45**. New York: Routledge, 1995.
- HILTON, Stanley. **A Guerra Secreta de Hitler no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.
- HITLER, Adolf. **Minha Luta**. São Paulo: Centauro, 2001.
- HOBBSAWM, Eric. **A Era dos Extremos – O breve século XX**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1999.
- _____. (org.). **A Invenção das Tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
- JUNG, Carl Gustav. **Os Arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. **O Homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, [199_].
- _____. **A Vida Simbólica**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- KERSHAW, Ian. **Hitler**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.
- _____. **The Hitler Mith**. Image and reality in the Third Reich. New York: Oxford, 2001.
- _____. **Popular Opinion and Political Dissent in the Third Reich**. Bavaria – 1933-1945. Oxford: Oxford, 2002.

- LAFER, Celso. **Hannah Arendt**. Pensamento, Persuasão e Poder. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.
- LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública**: um ensaio sobre a verdade conveniente. Petrópolis: Vozes, 1998.
- LEBERT, Stephan; Norbert. **Tu carregas meu nome**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- LIMA, Luís Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massas**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- LINDHOLM, Charles. **Carisma**. Êxtase e perda de identidade na veneração ao líder. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.
- MAINGENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes, 1989.
- MINOIS, Georges. **História do Riso e do Escárnio**. São Paulo: Unesp, 2003.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.
- NOLL, Richard. **O Culto de Jung**. Origens de um movimento carismático. São Paulo: Ática, 1996.
- NOVAIS, Fernando (org.). HISTÓRIA DA VIDA PRIVADA NO BRASIL. São Paulo: Cia. Das Letras, 1999. vol. 3: República: da Belle Époque à Era do Rádio.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi. **A Questão Nacional na Primeira República**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- ORLANDI, Eni. **A Linguagem e seu Funcionamento**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____. **O Discurso Fundador**. Campinas: Pontes, 1993.
- PENNICK, Nigel. **As Ciências Secretas de Hitler**. Rio de Janeiro: Record, 1994.
- PERAZZO, Priscila. **O Perigo Alemão e a Repressão Policial no Estado Novo**. São Paulo: Arquivo do Estado, 1999.
- REICH, Wilhelm. **Psicologia de Massas do Fascismo**. Porto: Escorpião, 1974.
- RÉMOND, René (org.) **Por uma História Política**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- RICHARD, Lionel (org.). **Berlim 1919-1933** – A Encarnação extrema da modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- ROBERTS, Andrew. **Hitler & Churchill**: segredos da liderança. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- ROSENBAUM, Ron. **Para entender Hitler** – A Busca das origens do mal. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso** – A representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

- SEYFERTH, Giralda. **Nacionalismo e Identidade Étnica**. Florianópolis: Fund. Catarinense de Cultura, 1981.
- SHIRER, William L. **The Rise and Fall of the Third Reich**. New York: Fawcett Crest, 1983.
- SKINNER, Burrhus Frederic. **O Comportamento Verbal**. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1978.
- _____. **O Mito da Liberdade**. São Paulo: Summus, 1983.
- SMITH, Woodruff D. **The Ideological Origins of Nazi Imperialism**. New York: Oxford, 1989.
- SNYDER, Louis. **Encyclopedia of the Third Reich**. New York: Marlowe & Company, 1989.
- _____. **Macro-Nationalisms: a History of the Pan-Movements**. London: Greenwood Press, [198_].
- SPOTTS, Frederic. **Hitler and the Power of Aesthetics**. New York: Overlook, 2004.
- TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.
- TOTA, Antônio Pedro. **O Imperialismo Sedutor**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.
- TREVOR-ROPER, Hugh (org). **Hitler's Table Talk**. New York: Enigma, 2000.
- VIANNA, Oliveira. **Ensaio Inéditos**. Campinas: Unicamp, 1991.

Artigos e Teses:

- ACCARDO, A. A estranha ética dos jornalistas. **Le Monde Diplomatique**, jan. 2003.
Disponível em: <<http://www.diplo.com.br/aberto/0005/24.htm>> Acesso em: 12 fev. 2003.
- ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? **História & Perspectivas**, 25 e 26, p. 55-80. Uberlândia, jul./dez. 2001 – jan./jul.2002.
- _____. Em defesa de uma Ciência Social das Paixões Políticas. In: **Revista História Questões & Debates**, 33, p. 145-162. Curitiba, 2001.
- ARATO, Andrew. Dictatorship before and after Totalitarianism. **Social Research**, 02, vol. 69, p. 473-503. New York, Summer 2002.
- BACZKO, Bronislaw. Imaginação Social. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nac., 1985. Vol. 5 – Anthropos-Homem. p. 296-332.

- BREPOHL, Marionilde. Velhos e Novos Nacionalismos: Heimat, Vaterland, Gastland. **História Questões & Debates**, 18 e 19, p. 77-112. Curitiba, jun./dez. 1989.
- _____. **Nova História Política**. Mimeo.
- _____. Imagens pangermanistas sobre o Brasil: 1930-40. **Anais do XIX Simpósio Nacional da ANPUH**. História e Cidadania. Belo Horizonte, p. 265-276, 1998.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. História Política. **Revista Estudos Históricos**, 17. p. 1-5. Rio de Janeiro, 1996.
- DIETRICH, Ana Maria. **A Caça às Suásticas – O Partido Nazista em São Paulo**. São Paulo, 2001. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.
- ENRIQUEZ, Eugène. Matar sem Remorso: Reflexões sobre os assassinos coletivos. **Revista História Questões & Debates**, 35, jul./dez. 2001. p 11-42. Curitiba, 2001.
- LE GOFF, Jacques. Une enquête sur le rire. **Annales Histoire, Sciences Sociales**. Paris, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 52 (3), maio/jun. 1997.
- LEFORT, Claude. Thinking with and against Hannah Arendt. **Social Research**, 02, vol. 69. p. 447-459. New York, Summer 2002.
- MORAES, Luís Edmundo de Souza. **Ein Volk, ein Reich, ein Führer!**. A seção brasileira do Partido Nazista e a Questão Nacional. Rio de Janeiro, 1996. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- NAPOLITANO, Marcos. Caricatura como Documento Histórico. **Caderno de História: O uso escolar do documento histórico – Ensino e Metodologia**, n. 2. Curitiba, 1997.
- ROSANVALLON, Pierre. Por uma História Conceitual do Político. **Revista Brasileira de História**, v. 15, n. 30, p. 9-22. São Paulo, 1995.
- TSAO, Roy. The three phases of Arendt's Theory of Totalitarianism. **Social Research**, 02, vol. 69, p. 579-619. New York, Summer 2002.
- WOLIN, Richard. The Hannah Arendt Situation. **The New England Review**, 02, vol. 22, p. 87-125. Middlebury, Spring 2001.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Todas as ilustrações originárias do *Der Stürmer* contaram com o benefício da publicação pelo professor Randall Bytwerk em seu livro sobre Julius Streicher e em seu site *German Propaganda Archive*, mantido dentro do site do Calvin College (EUA). As ilustrações provenientes do *Deutscher Morgen* procedem de cópias de microfilme e fotografias digitais tiradas do acervo mantido pelo *Instituto Hans-Staden* de São Paulo.

Figura 1. EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1995. p. 109.

Figura 2. *Ibid.*, p. 102.

Figura 3. *Der Stürmer*. Nuremberg: jul. 1938. p. 1. Extraído de: **German Propaganda Archive**. <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/>

Figura 4. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: fev. 1934. In: BYTWERK, Randall L. **Julius Streicher** – Nazi Editor of the notorious anti-semitic newspaper *Der Stürmer*. New York: Cooper Square, 2001. p. 86.

Figura 5. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: mar. 1929. Extraído de: **German...**

Figura 6. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: dez. 1931. Extraído de: *Ibid.*

Figura 7. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: jul. 1930. Extraído de: *Ibid.*

Figura 8. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: mar 1933. In: BYTWERK, op. cit., p. 99.

Figura 9. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: jul. 1934. In: *Ibid.*, p. 92.

Figura 10. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: jul. 1936. Extraído de: **German...**

Figura 11. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: jul. 1936. Extraído de: *Ibid.*

Figura 12. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: jan. 1939. Extraído de: *Ibid.*

Figura 13. FIPS. *Der Stürmer*. Nuremberg: set. 1939. Extraído de: *Ibid.*

- Figura 14. FIPS. Der Stürmer. Nuremberg: mai. 1944. Extraído de: Ibid.
- Figura 15. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 4 nov. 1932. p. 1.
- Figura 16. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 21 mar. 1941. p. 1.
- Figura 17. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 4 nov. 1932. p. 1.
- Figura 18. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 11 nov. 1932. p 1
- Figura 19. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 22 dez. 1938. p. 8.
- Figura 20. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 5 jul. 1935. p. 15.
- Figura 21. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 18 ago. 1939. p. 17.
- Figura 22. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 22 mar 1940. p. 12.
- Figura 23. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 19 abril 1940. p. 15.
- Figura 24. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 19 abril 1940. p. 18.
- Figura 25. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 2 maio 1941. p. 4.
- Figura 26. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 5 set. 1941. p. 1.
- Figura 27. **DEUTSCHER MORGEN**. São Paulo: 19 set. 1941. p. 2.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)