

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO**

GABRIELA ACCORINTE LOPES

**PROPAGANDAS QUE EDUCAM A NAÇÃO:
Relações entre antissemitismo e totalitarismo no Terceiro Reich**

CAMPINAS

2018

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

GABRIELA ACCORINTE LOPES

PROPAGANDAS QUE EDUCAM A NAÇÃO:
Relações entre antissemitismo e totalitarismo no Terceiro Reich

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pedagogia da Faculdade de Educação da UNICAMP, orientado pelo Prof. Dr. Arnaldo Pinto Junior, como pré-requisito para a obtenção do título de Licenciatura em Pedagogia.

Campinas

2018

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): Não se aplica.

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Educação
Rosemary Passos - CRB 8/5751

L881p Lopes, Gabriela Accorinte, 1994-
Propagandas que educam a nação : relações entre antissemitismo e
totalitarismo no Terceiro Reich / Gabriela Accorinte Lopes. – Campinas, SP : [s.n.],
2018.

Orientador: Amaldo Pinto Junior.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de
Campinas, Faculdade de Educação.

1. Nazismo. 2. Propaganda. 3. Antissemitismo. 4. Totalitarismo. 5. Educação.
I. Pinto Junior, Amaldo, 1968-. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade
de Educação. III. Título.

Informações adicionais complementares

Título em outro idioma: Propaganda that educates the nation: relations between anti-semitism
and totalitarianism in the Third Reich

Palavras-chave em inglês:

Nazism

Propaganda

Anti-Semitism

Totalitarianism

Education

Titulação: Licenciado

Data de entrega do trabalho definitivo: 13-07-2018

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha família, por todo incentivo e compreensão, e pelo apoio constante nas decisões tomadas durante toda a graduação.

Também gostaria de agradecer às minhas amigas pedagogas Letícia Souza e Renata Reis pela companhia, troca de experiências, angústias e alegrias, e por me fazerem crescer como pessoa e profissional. Um agradecimento especial à Isabela Accorinte, por estar ao meu lado em todos os momentos.

Gostaria de agradecer também à quatro grandes mestres que tive o prazer de encontrar no meio do caminho: Gustavo Aguiar, Jairo Soares, João Scanavini e Lucas Oda. Me faltam palavras para agradecer tudo o que me proporcionaram para o meu desenvolvimento pessoal e profissional. Este trabalho não seria possível sem a ajuda de vocês, direta ou indiretamente. A vocês, minha eterna gratidão.

Por fim, um agradecimento especial ao meu orientador, Arnaldo Pinto Junior, por acreditar em mim e pela paciência durante todo o projeto. Obrigada por me apoiar na minha escolha do tema e me passar a confiança necessária para a realização deste trabalho.

RESUMO

O Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães permaneceu no poder na Alemanha entre os anos de 1933 a 1945 e, apesar de ter encontrado resistência de alguns grupos, foi capaz de convencer parte da população alemã de que era a melhor opção política para o país. Ao estabelecer um regime totalitário, o Partido utilizou-se fortemente de coerção e medo para fazer a população alemã apoiar seus ideais, mas também fez uso de outros métodos que foram importantes durante o período em que controlou o Estado. A educação, por exemplo, foi um dos meios escolhidos para transmitir sua ideologia ao povo, principalmente às crianças e jovens. Outra estratégia utilizada pelo Partido Nazista para angariar mais apoiadores foi a divulgação de seus ideais por meio da propaganda, com peças veiculadas em diversos espaços sociais e mídias, como escolas, jornais, rádios e produções cinematográficas. Através desses meios, a propaganda nazista foi utilizada para anunciar a “força da Alemanha”, na busca de novos simpatizantes anuentes e defensores de suas visões de mundo. No caso do antissemitismo, a propaganda também foi amplamente utilizada durante todo o Terceiro Reich com o intuito de fazer a população responsabilizar os judeus por todo o mal que acometia o país. A partir de referências da História Cultural e produções bibliográficas que focalizam os anos 1918 a 1945, o presente estudo faz uma reflexão sobre a propaganda antissemita no Terceiro Reich, procurando compreender como utilizaram-na para construir um ideal de Estado germânico sem judeus.

Palavras-chave: nazismo; propaganda; antissemitismo; totalitarismo; educação.

ABSTRACT

The National Socialist German Workers' Party remained in power in Germany from 1933 to 1945, and despite have encountering resistance from some groups, was able to convince part of the German population that it was the best political choice for the country. By stablishing a totalitarian regime, the Party made strong use of coercion and fear to make the German population support its ideals, but also made use of other methods that were important throughout the Nazi regime. Education, for example, was one of the tactics chosen to transmit its ideology to the population, especially to children and young people. Another strategy used by the Nazi Party to recruit more supporters was the dissemination of their ideals through propaganda, with pieces broadcast in various social spaces and media such as schools, newspapers, radio and film productions. Through these means, Nazi propaganda was used to announce the "Germany's strength", in search of new consenting's and advocates' supporters of their worldviews. In the case of anti-Semitism, propaganda was also widely used throughout the Third Reich in order to make the population blame the Jews for all the evil that affected the country. From references of Cultural History and bibliographical productions focusing on the years 1918 to 1945, the present study reflects on anti-Semitic propaganda in the Third Reich, trying to understand how they used it to build an ideal of Germanic State without Jews.

Keywords: Nazism; propaganda; anti-Semitism; totalitarianism; education.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - “Hitler” - Cartaz eleitoral de 1932	24
FIGURA 2 - “Nossa última esperança: Hitler” - Cartaz eleitoral de 1932	25
FIGURA 3 - “Grande Alemanha / Sim! / Em 10 de abril” - Cartaz eleitoral de 1938	26
FIGURA 4 - Fotografia de membros da Juventude Hitlerista	34
FIGURA 5 - Fotografia de desfile da Juventude Hitlerista	41
FIGURA 6 - Cartaz “Ele é o culpado da Guerra!”	52
FIGURA 7 - Cartaz “Os Judeus: Instigadores da guerra, prolongadores da guerra”	53
FIGURA 8 - Cartaz “Por trás das forças inimigas: o Judeu”	54
FIGURA 9 - Cartaz “Uma linha de frente em Frankfurt será realizada”	55
FIGURA 10 - Jornal Völkischer Beobachter	59
FIGURA 11 - Capa do livro “O Cogumelo Venenoso”	62
FIGURA 12 - Página do livro “O Cogumelo Venenoso”	63
FIGURA 13 - Capa do livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”	64
FIGURA 14 - Ilustração do livro infantil “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”	65
FIGURA 15 - Ilustração do livro infantil “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”	66
FIGURA 16 - Ilustração do livro infantil “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”	67
FIGURA 17 - Propaganda feita pelo Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda sobre o receptor do povo.....	68
FIGURA 18 - Pôster do filme “O Eterno Judeu”	72

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 DA REPÚBLICA DE WEIMAR AO TERCEIRO REICH	16
1.1 A REPÚBLICA DE WEIMAR E A CRISE DE 1929	17
1.2 O <i>FÜHRER</i> E OS JUDEUS: O ANTISSEMITISMO DE ADOLF HITLER	19
1.3 A PROPAGANDA NAZISTA COMO UM APARATO POLÍTICO DE VENDA	22
1.4 A RELAÇÃO ENTRE A RESISTÊNCIA E A CULTURA DE MASSA NA ALEMANHA NAZISTA	30
1.5 EXPRESSÕES E ARTICULAÇÕES POLÍTICAS DO REGIME TOTALITÁRIO ALEMÃO	33
1.6 O EXÉRCITO, A SA E A SS.....	36
1.7 A JUVENTUDE HITLERISTA E A EDUCAÇÃO DE ACORDO COM OS IDEAIS DO PARTIDO NAZISTA	38
2 O ANTISSEMITISMO NA PROPAGANDA DO TERCEIRO REICH	44
2.1 O MINISTÉRIO DE ESCLARECIMENTO POPULAR E PROPAGANDA	45
2.2 AS INTENCIONALIDADES DA PROPAGANDA ANTISSEMITA	48
CONCLUSÃO	74
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

INTRODUÇÃO

No ano de 2018 completa-se 73 anos desde a extinção do regime nazista na Alemanha. Marcados por incontáveis e irreparáveis perdas, os 12 anos em que os nazistas controlaram os poderes do Estado (1933 a 1945) não podem ser esquecidos. Esse período histórico da Alemanha me chama muito a atenção, pois mesmo tendo sido um momento trágico, e considerado hoje como absurdo pela grande maioria da humanidade, os nazistas encontraram brechas para chegar ao poder e convencer parte da população de que seus ideais eram a melhor opção política – senão a única – para o país sair da crise em que se encontrava.

Com o fim da República de Weimar, em 1933, Hitler é nomeado chanceler pelo então presidente Hindenburg, e logo após a morte deste, em 1934, assume o poder como *Führer*, líder absoluto da nação. Cerca de seis meses após Hitler tornar-se chanceler, a Alemanha já era um Estado de partido único, pois todos os outros foram dissolvidos ou declarados ilegais. O único partido da Alemanha era o Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP), ou apenas Partido Nazista (GEARY, 2010).

O regime nazista não tolerava nenhuma forma de oposição, reprimia e destruía todas as alternativas para que a população não pudesse escolher outro caminho político. Mas a repressão não era o suficiente; era preciso conseguir o apoio se não de todos, ao menos da maioria da população alemã. O Partido Nazista queria “mobilizar a mente de todo o povo sob a liderança do *Führer*, mediante uma propaganda ativa” (GEARY, 2010, p. 57). A propaganda acabou sendo uma das principais estratégias utilizadas pelos nazistas não só para conseguir um maior apoio dos alemães, como também para introduzir na mente destes os ideais do Partido. Segundo Diehl (1996), a propaganda

[...] desempenha um papel central no nacional-socialismo, sem ela é impossível se pensar um mundo totalitário. Para o NSDAP, a propaganda é a principal base do partido, sendo responsável tanto pela conversão dos simpatizantes como pela manutenção da ordem artificial criada por ele (DIEHL, 1996, p. 81).

Sendo assim, a propaganda cumpre um papel importante na formação e consolidação do imaginário nacional-socialista. O mundo totalitário não se constrói senão em torno de uma “realidade” criada pela propaganda através da manipulação dos fatos. Como em qualquer forma de governo, a mídia propaga

[...] ideias todas carregadas de um discurso, uma intencionalidade, visto serem produzidas ligadas ao seu contexto histórico, social, político e econômico. [...] Os regimes totalitários, como o Nazismo, se utilizaram da propaganda para difundir

amplamente suas ideias [*sic*] através de literaturas, panfletos, cartazes, charges, imagens e filmes” (DELIBERADOR, 2015b, p. 3973).

Pensando em todos esses contextos da época, os propagandistas usam todo e qualquer método para conseguir o efeito desejado no receptor, seja bom ou mal. Para obter êxito, qualquer tipo de propaganda deve utilizar-se das emoções e sentimentos humanos para influenciar seus receptores (CORELLA TORRES, 2005). Por conta disso, os nazistas fizeram uso contínuo das emoções em suas propagandas, sempre buscando atingir os corações da massa.

Seria incorreto afirmar que o povo alemão era como uma *tabula rasa* na qual o Partido Nazista desenhava tudo aquilo que pretendia; os alemães precisavam ser convencidos da eficácia das decisões do governo, “or at least remain indifferent to them¹” (WELCH, 1995, p. 51). A propaganda, nesse ponto, foi fundamental, e não apenas os recursos e habilidade do Ministério da Propaganda foram necessários, como também o Partido Nazista teve que levar em conta as opiniões e os preconceitos que já faziam parte da sociedade alemã. Sobre isso, Welch (1995) afirma:

As a general statement it is fair to say that propaganda tended to be more effective when it was reinforcing existing values and prejudices than when it was attempting to manufacture a new value system, or, indeed, when it was encountering some resistance ²(WELCH, 1995, p. 51).

A propaganda nacional-socialista precisava moldar os indivíduos de maneira que estes mantivessem o sistema em funcionamento; deveria transformá-los em indivíduos receptivos ao nacional-socialismo. Para isso, a propaganda nazista agiu em dois níveis: pela conversão dos novos membros do Partido e pela conquista de simpatizantes. Nesse último caso, o público-alvo abrangeu todos os alemães, e tratava-se de uma propaganda mais amena, tentando convencer o povo de que o Partido Nazista era a melhor alternativa para a Alemanha. “Já na propaganda destinada aos membros do Partido, os argumentos empregados têm sempre um tom profético” (DIEHL, 1996, p. 84). A propaganda destinada a esta parte da população partia do princípio de que as ideias do Partido já haviam sido absorvidas e não havia mais espaço para a contestação, era preciso apenas fixar as crenças da sociedade totalitária.

Além dessa divisão, a propaganda nazista também dividiu-se em duas diferentes fases históricas: a primeira foi anterior à tomada do poder pelos nazistas, ou seja, antes de 1933, e a segunda pós ascensão nazista até o final da Segunda Guerra Mundial, em 1945 (DIEHL, 1996).

¹ “Ou ao menos permanecer indiferente a elas” (WELCH, 1995, tradução minha).

² “Como uma afirmação geral, é justo dizer que a propaganda foi mais efetiva quando reforçava valores e preconceitos existentes do que quando tentava produzir um novo sistema de valores, ou, de fato, quando estava enfrentando alguma resistência” (Ibidem, tradução minha).

A propaganda da primeira fase é dirigida àquela parte da população que se opõe ou desconhece o Partido Nazista; conflitos diretos e situações radicais são evitadas nessa fase, pois os nazistas pretendiam atrair mais simpatizantes. Segundo Liebel (2006),

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 (LIEBEL, 2006, p. 32).

Já na segunda fase, pós tomada do poder, o caráter revolucionário da propaganda é substituído pelo reacionário e o tipo de argumentação também se altera: o intuito de convencer a sociedade de que o melhor para a Alemanha era o nacional-socialismo muda para a apresentação do Partido Nazista como única solução existente. Nesta fase,

o Terror físico e psicológico [...] 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* [visão de mundo] (LIEBEL, 2006, p. 35).

Mesmo considerando os antecedentes históricos, neste trabalho focalizaremos sobretudo a segunda fase, que tem início em 1933, quando as “fronteiras do mundo totalitário se alargam para toda a sociedade alemã, que passa a ser forçada, por meio da propaganda e do terror, a compartilhar do imaginário nacional-socialista” (DIEHL, 1996, p. 85). Nessa fase, a linguagem da propaganda nacional-socialista era simples, mas também brutal. O importante era despertar sentimentos no indivíduo, como medo e ódio, e não levá-lo à reflexão, mas à ação (CORELLA TORRES, 2005). Em comparação com a primeira, na segunda fase

a quantidade e 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* [comunidade nacional], 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 (LIEBEL, 2006, p. 36).

Quando o regime totalitário já possui o poder absoluto, “substitui a propaganda pela doutrinação e emprega a violência não mais para assustar o povo (o que só é feito nos estágios iniciais, quando ainda existe a oposição política), mas para dar realidade às suas doutrinas ideológicas e às suas mentiras utilitárias” (ARENDDT, 1989, p. 390). Em um primeiro momento, o regime busca, portanto, reeducar aqueles que ainda não encontram-se junto aos militantes

nazistas, “pois estes, ao contrário, já estão doutrinados e já devotam lealdade total ao seu líder e à sua ideologia” (LIEBEL, 2006, p. 36).

No caminho para o poder absoluto, um dos tipos de propaganda de extrema importância para que o Partido tivesse êxito em angariar mais “militantes nazistas” foi a propaganda antissemita. O aparelho de propaganda do regime garantiu que a imagem transmitida pelos meios de comunicação de massa sobre os judeus fosse sempre negativa (NOAKES; PRIDHAM, 1984). O nazismo tinha a concepção de que os arianos eram a raça superior, a luz do mundo, e os judeus simbolizavam todo o mal existente. Os judeus, segundo os nazistas, eram responsáveis pelas ideologias que iam contra os ideais do regime, como o liberalismo e o comunismo, e também haviam causado a derrota alemã na Primeira Guerra Mundial; era preciso que fossem derrotados, para a sobrevivência da raça ariana (BERTONHA, 2000). “O antissemitismo foi promovido desde o início da ditadura de Hitler, mas, nos primeiros dois anos e meio, de uma maneira mais cautelosa do que frequentemente se supõe” (GELLATELY, 2011, p. 193). Muito provavelmente, antes de 1933 e até alguns anos após Hitler chegar ao poder, a grande maioria dos alemães não queria o que aconteceu com os judeus após 1938³. Até mesmo o Partido Nazista, no começo do regime, não possuía um plano formado para a questão dos judeus, apenas sabia que eles não deveriam permanecer na Alemanha. E para que isso ocorresse, o Partido continuamente dizia para os alemães, através da propaganda, o quão parasitas e racialmente inferiores os judeus eram, “and how they must be removed from Germany to achieve its goal of becoming a superior, racially pure nation”⁴ (SHOAH Resource Center, s.d., p. 1).

Para que o antissemitismo fosse aceito pela população de modo a não perder seu apoio ao nazismo, o Partido Nazista utilizou-se da propaganda antissemita para levar à população a ideia de que a Alemanha estaria melhor sem a presença dos judeus. Segundo Noakes e Pridham (1984),

At the take-over of power, the decisive fact was that among the hard-core membership of the Party and its paramilitary organizations, the SA and the SS, antisemitism was

³ Nesse ano, mais precisamente na noite de 9 de novembro, começou uma onda de violência contra os judeus. Organizados pelos nazistas, os pogroms (chacina dos judeus) consistiam em ataques a sinagogas, estabelecimentos comerciais, cemitérios, casas e escolas judias, além da morte de judeus (Disponível em: < <https://www.ushmm.org/outreach/ptbr/article.php?ModuleId=10007697>>)

⁴ “e como eles deveriam ser removidos da Alemanha para esta alcançar seu objetivo de se tornar uma nação superior e racialmente pura” (SHOAH Resource Center, s.d., tradução minha).

an article of faith. The Jews were the arch-enemy who must be removed – one way or the other”⁵(NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 327-328).

Construída desde 1933, uma nova ordem jurídica facilitou a discriminação contra os judeus, como o estabelecimento, em 29 de setembro, das Câmeras de Cultura do Reich, e da Lei dos Editores de 4 de outubro, “which paved the way for the exclusion of jews from the culture sphere and from journalism”⁶ (NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 335). A partir de 1935, as ações contra os judeus aumentaram, e em meados desse mesmo ano, vândalos já atacavam lojas no centro de Berlim.

A propaganda antissemita foi uma das principais responsáveis pelo convencimento ou ao menos a aceitação de grande parte dos alemães de que os judeus representavam o mal que acometia a Alemanha e algo deveria ser feito a esse respeito. Ao observar o conjunto de ações empreendidas pelos nazistas, encontro na obra do historiador Peter Gay contribuições para refletir acerca desse período histórico. Penso que por meio da propaganda os nazistas procuraram educar os sentidos do povo, pois buscaram moldar as sensibilidades dos alemães enquanto faziam uso de métodos violentos e coercitivos, estratégias conjugadas que visaram convencê-los de suas visões políticas. Dialogando com a noção de educação dos sentidos, Hadler (2007) afirma que

Em Peter Gay, o processo de formação de uma visão de mundo é constante, sempre inacabado, sempre em constituição; é um processo, de fato, de formação, de educação, uma educação que não se circunscreve apenas aos domínios da racionalidade intelectual técnica, da consciência objetiva, mas que atinge e perpassa os campos mal definidos da sensibilidade, tanto no que ela tem de mais visível quanto de mais escondido e secreto. **A noção de educação dos sentidos, presente na obra de Peter Gay, lida com uma noção ampla de sujeito histórico, um sujeito dotado simultaneamente de racionalidade e de sensibilidade** (HADLER, 2007, p. 21, grifo meu).

Portanto, a educação não abrange apenas a “racionalidade intelectual técnica”, mas também os campos da sensibilidade, e o Partido Nazista sabia que deveria atingir não apenas o lado racional, mas também o sensível da população alemã com sua propaganda. Afinal, como Oliveira (2012) aponta, “a apreensão do mundo se dá pela via dos nossos sentidos primevos [*sic*]: tato, olfato, paladar, visão e audição” (OLIVEIRA, 2012, p. 8). Além disso, por ser a visão de mundo um processo em constante mudança, a propaganda nazista em geral, inclusive a antissemita, estava também sempre em constante mudança, não deixando de existir após 1933, quando os nazistas chegaram ao poder. Ao contrário, após Hitler tornar-se chanceler, a

⁵ “Na tomada do poder, o fato decisivo foi que, entre os membros do Partido e suas organizações paramilitares, a SA e SS, o antissemitismo era um artigo de fé. Os judeus eram o arqui-inimigo que deveria ser removido – de um jeito ou de outro” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

⁶ “que abriu caminho para a exclusão dos judeus da esfera cultural e do jornalismo” (Ibidem, tradução minha).

propaganda ganhou ainda mais força, com a criação do Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda (EVANS, 2014). Isso porque alguns membros do Partido Nazista tinham essa consciência de que deveriam estar sempre tentando convencer a população de que os ideais do Partido eram os melhores para a Alemanha. Os nazistas pretendiam, assim, (re)educar a população para que acreditasse que não havia nada melhor para o país do que aquilo que o Partido Nazista oferecia: “From its very beginning, the Third Reich had set itself the ambitious task of ‘re-educating’ the German people for a new Society based upon what it saw as a ‘revolutionary’ value system” ⁷(WELCH, 1995, p. 17). Segundo Deliberador (2015b), após a ascensão do Partido Nazista ao poder, houve um grande investimento na propaganda.

Os congressos, ou “dias do partido”, eram espetáculos visuais totalmente planejados e utilizados como propagandas visuais cuidadosamente encenadas, eram como um “ritual de emoção” no qual a massa era psicologicamente absorvida pelo espírito de unidade do partido, a simetria dos movimentos, dos uniformes a repetição das bandeiras e estandartes, entre outras coisas, agia como uma força que unia o povo e inibia uma noção do individual (DELIBERADOR, 2015b, p. 3974).

É importante ressaltar que não se sabe ao certo o quão bem-sucedida foi a propaganda nazista antissemita no Terceiro Reich; no entanto, segundo afirmam Noakes e Pridham (1984), é certo que o Partido Nazista teve sucesso em, ao menos, espalhar pela Alemanha um “antissemitismo passivo”:

Evidence from the reports of Nazi agencies and those of SPD contact men suggest that it had some impact, but that the impact was limited to reinforcing the existing generally negative image of the Jews, which produced a widespread passive antisemitism, without, however, succeeding in winning over many Germans to the dynamic racism characteristic of Nazi ideology. For most people the Jews were not a subject of much interest (...). On the other hand, there was not a great deal of sympathy for them. People often distinguished between individual Jews whom they knew and liked and Jews in general ⁸(NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 350).

O objetivo desse trabalho é ampliar o entendimento sobre o antissemitismo na Alemanha, percebendo como o Partido Nazista utilizou-se da propaganda para angariar apoio e convencer a população no que diz respeito à exclusão social dos judeus. Para isso, utilizei referências da História Cultural e produções bibliográficas que englobam os anos 1918-1945, portanto desde a República de Weimar até o final do Terceiro Reich, assim como estudos

⁷ “Desde o começo, o Terceiro Reich estabeleceu a ambiciosa tarefa de reeducar o povo alemão para uma nova sociedade baseada no que considerava um sistema de valores revolucionário” (WELCH, 1995, tradução minha).

⁸ “Evidências dos relatórios de agências nazistas e aqueles dos homens de contato do SPD [*Sozialdemokratische Partei Deutschlands* – Partido Social-Democrata da Alemanha] sugerem que teve algum impacto, mas o impacto limitou-se a reforçar a imagem geralmente negativa existente dos judeus, que produziu um antissemitismo passivo generalizado, sem, no entanto, ter sucesso em converter muitos alemães para o racismo dinâmico característico da ideologia nazista. Para a maioria das pessoas, os judeus não eram um objeto de muito interesse (...). Por outro lado, não havia muita simpatia por eles. As pessoas muitas vezes distinguiam entre os judeus individuais que conheciam e gostavam dos judeus em geral” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

específicos sobre propaganda e antissemitismo, para compreender melhor a utilização pelo Partido da propaganda antissemita e de preconceitos já existentes na sociedade alemã.

1. DA REPÚBLICA DE WEIMAR AO TERCEIRO REICH

*Mas salve, olhar de alegria!
E salve, dia que surge!
Os corpos saltam do sono,
o mundo se recompõe.*

(Carlos Drummond de Andrade)

1.1 A República de Weimar e a Crise de 1929

O surgimento de um regime totalitário na Alemanha a partir de 1933 foi um dos desdobramentos das crises que este país enfrentou desde o final da Primeira Guerra Mundial. A denominada República de Weimar ficou marcada por sua recorrente instabilidade política, econômica e social. O Terceiro Reich começou após a República não conseguir sobreviver à Grande Depressão de 1929, que tornou impraticável sustentar “o acordo tácito entre Estado, patrões e trabalhadores organizados que a mantiveram à tona funcionando” (HOBBSAWM, 1995, p. 138).

A República teve início no final de 1918, depois de uma guerra sangrenta que durou pouco mais de quatro anos (julho de 1914 a novembro de 1918). A derrota da Alemanha na guerra trouxe danos na política e na economia, além de um sentimento de inferioridade. A indústria havia se desestruturado e o país foi obrigado a assinar o Tratado de Versalhes, assumindo formalmente a culpa da Grande Guerra, além de todos os prejuízos causados. A Alemanha precisou, então, que pagar grandes dívidas aos Aliados, vencedores da guerra (GAY, 1978). O Tratado também obrigava o país a devolver territórios conquistados durante a Primeira Guerra Mundial e combates anteriores: a Alemanha acabou perdendo 1/8 de seu território e 1/10 da população (BRANDT, 2011). Foi nesse momento conturbado que foi proclamada a República Alemã.

A República Democrática Alemã, ou República de Weimar, “vigorou no país por um período de quatorze anos [...]. A sua relativamente breve existência foi marcada pela oscilação entre os períodos de crises intensas e os períodos de recuperação e estabilidade” (BRANDT, 2011, p. 27). O início trouxe esperança de novas oportunidades, mas essa esperança logo se transformou em decepção para a população. A República dividiu-se em três períodos: o primeiro (1918-1923), foi o momento de empreendimentos aventureiros. Nessa época, a república estava marcada por “criatividade dentro do sofrimento, trabalhos pesados dentro de repetidos desapontamentos, esperança em face de adversários impiedosos e poderosos” (GAY, 1978, p. 16); já os anos intermediários (1923-1929), que ficaram conhecidos como “Os Dourados Anos 20”, foram momentos de realizações seguras; e o período final (1929-1933) tornou-se sinônimo do pessimismo frenético (GAY, 1978).

No início da República de Weimar, a liberdade de pensamento – *gedenkenfreiheit* – era sentida como necessária, enquanto os direitos sociais e políticos eram apenas desejáveis.

Weimar precisava, então, de uma política racional. O advento da República trouxe a ação política como algo possível e necessário. No entanto, isso não se concretizou (GAY, 1978).

Em 1925, quando da eleição de Paul von Hindenburg como segundo presidente da República de Weimar, a Alemanha encontrava-se no cenário mais tranquilo desde a Primeira Guerra Mundial (GAY, 1978). Nesses “dourados anos vinte”, a inflação foi controlada e a produção econômica cresceu (GEARY, 2010), Berlim se desenvolveu e passou a ser a maior cidade do país, sendo escolhida a capital da República. Também nessa época o desemprego baixou, “os salários aumentaram, o extremismo político parecia esgotado e a República de Weimar começava a ser um local agradável de se morar” (GAY, 1978, p. 151).

Nem todos os alemães, no entanto, apoiaram totalmente a República de Weimar. Aprenderam a viver com ela, achavam que era uma necessidade histórica, mas nunca acreditaram em seu futuro e não achavam que o regime de governo pudesse merecer apoio incondicional. No último período, já havia um enorme descontentamento com os rumos políticos do regime e cada vez menos alemães o apoiavam (GAY, 1978). “Parece que a República de Weimar era demasiado bem-sucedida para satisfazer seus críticos e não tão bem-sucedida a ponto de satisfazer seus simpatizantes” (GAY, 1978, p 23). A República de Weimar passou a ser

[...] identificada com a derrota na guerra, a paz humilhante, o distúrbio econômico e o caos social, não sendo lembrada com carinho por quase ninguém na Alemanha. Essa tentativa de estabelecimento da democracia não criou raízes sociais profundas e ficou relativamente fácil para as pessoas se afastarem dela (GELLATELY, 2011, p. 22).

Foi nesse último período do regime democrático na Alemanha que os nazistas encontraram brechas para ocupar espaços no cenário político, pois mesmo que nem todos desejassem um líder nazista, a maior parte dos alemães estava descontente com a República. Parte da população havia deixado de acreditar nos políticos e estava pronta para colocar sua confiança “nas mãos de alguém que poderia reconectá-los com o que sentiam ser os elementos mais sólidos das tradições alemãs” (GELLATELY, 2011, p.34).

A última fase da República de Weimar teve início com a Crise de 1929, situação que ajudou os integrantes do Partido Nazista a construírem seu caminho até o controle do Estado. No final da Primeira Guerra Mundial, em 1918, os Estados Unidos saíram como a potência econômica mais importante do planeta. Suas indústrias produziam e exportavam em grandes quantidades, principalmente para os países da Europa. A Alemanha e os demais países europeus, por sua vez, estavam enfraquecidos e tornaram-se dependentes dos empréstimos provenientes dos Estados Unidos.

No entanto, esse cenário estadunidense não permaneceu por muito tempo. No final dos anos 1920, as exportações dos Estados Unidos diminuíram muito, e muitos investidores que possuíam ações na Bolsa de Valores de Nova York decidiram vendê-las. Com a drástica desvalorização das ações em poucos dias, houve a quebra da Bolsa de Valores, e começou o período conhecido como “A Grande Depressão”, que logo se alastrou para o restante do mundo, pois nessa época diversos países mantinham relações comerciais com os Estados Unidos.

Com a Crise de 1929, a Alemanha sofreu tanto quanto os demais países. Dependente dos empréstimos e investimentos norte-americanos, o país entrou em colapso. A Grande Depressão trouxe o desemprego e uma contínua crise política; em meio ao caos econômico e com o desemprego cada vez maior, alguns alemães, principalmente os grandes industriais, que muito haviam perdido com a crise, esperavam um líder forte e uma mudança na política que reerguesse a Alemanha (BRANDT, 2011).

A crise trouxe um endividamento agrícola de proporções nunca antes alcançadas, e as promessas dos nazistas de “proteger a agricultura da competição estrangeira, de salvar o camponês e de abaixar os impostos foram recebidas com entusiasmo” (GEARY, 2010, p. 34).

O ano de 1933 marca o fim da democracia parlamentar estabelecida na República de Weimar, logo após o então presidente, Hindenburg, nomear Hitler como chanceler em 30 de janeiro de 1933. Começa então um sistema de governo no qual os cidadãos não possuíam seus direitos básicos garantidos e foi se desenvolvendo uma política de controle por parte daquele que ficou conhecido, após a morte de Hindenburg em 1934, como *Führer*, líder absoluto de toda a nação: Adolf Hitler (GAY, 1978).

1.2 O *Führer* e os judeus: o antissemitismo de Adolf Hitler

Adolf Hitler nasceu na cidade de Braunau am Inn, na Áustria, em 20 de abril de 1889. Aos três anos de idade, mudou-se para a Alemanha com a família e permaneceu até o ano de 1906, quando foi para Viena. Em 1907 tentou entrar para a Academia de Belas Artes, sem sucesso. Hitler permaneceu em Viena durante os seis anos seguintes. Nessa época, a população judaica da capital era maior do que qualquer cidade alemã, mas também o discurso antissemita era forte. Karl Lueger, prefeito da cidade, era um antissemita convicto e serviu de inspiração para Hitler (GEARY, 2010). Após sua estadia em Viena, mudou-se para Munique em 1913 e, aos 25 anos, ingressou voluntariamente no exército da Baviera para lutar na Primeira Guerra

Mundial ao lado dos alemães. Após perder a Guerra, os alemães sentiram-se humilhados com a grande perda de seu território, a obrigação de desmilitarização e a ratificação do Tratado de Versalhes em 1919. E o sentimento não foi diferente para Hitler. Nesse mesmo ano, segundo Wistrich (2002), Hitler acreditava que

[...] guerra, revolução e judeus eram absolutamente inseparáveis. Algo bastante revelador, o primeiro pronunciamento de Hitler de que se tem notícia, a respeito de assuntos políticos, aparece em uma carta sobre a ‘questão judaica’, datada de 16 de setembro de 1919, em que ele define o povo judeu como um grupo exclusivamente ‘racial’, não religioso. Descrevendo as ações dos judeus, Hitler emprega uma metáfora apavorante, afirmando que ‘resultam de uma tuberculose racial dos povos’ (WISTRICH, 2002, p. 71-72).

Portanto, a “questão judaica” era um assunto importante para Hitler muitos anos antes de tornar-se chanceler em 1933.

Após a Primeira Guerra, ainda em Munique, ingressou como um dos primeiros membros no Partido Nazista, pois se identificou com suas ideias e, principalmente, com o fato de o partido ser nacionalista e antissemita. O Partido “reivindicava não apenas a revisão do Tratado de Versalhes e a devolução dos territórios perdidos como resultado do tratado de paz (partes da Polônia, Alsácia e Lorena), mas também a unificação de todos os alemães étnicos em um único Reich” (GEARY, 2010, p. 12). Antes mesmo da ascensão do regime nazista, “o antisemitismo estava disseminado pela sociedade alemã, mas ainda era raro qualquer ato de violência aberta contra os judeus” (EVANS, 2014, p. 22).

Durante seu período em Munique, Hitler entrou em contato com diversas pessoas que viriam a ser muito importantes para o Partido Nazista, como Hermann Göring, piloto de combate durante a Primeira Guerra Mundial, Alfred Hosenberg, ideólogo do movimento, Rudolf Hess, que havia servido no regimento de Hitler durante a guerra, e Ernst Röhm, que fazia parte do exército e estabeleceu, posteriormente, a SA, tropa de assalto responsável por ampliar de maneira significativa a influência do Partido Nazista quando este ainda era pequeno. Todos esses homens “compartilhavam a visão de Hitler de que a Alemanha fora traída” (GEARY, 2010, p. 13).

Sobre a “questão judaica” para Hitler, assim como para o Partido Nazista, Wistrich (2002) afirma que, no início da década de 1920,

Os discursos de Hitler [...] tanto quanto os de outros líderes nazistas que atuavam na região meridional da Alemanha como Alfred Rosenberg, Julius Streicher e Hermann Esser, batem sempre na mesma tecla, ou seja, a necessidade de adoção de medidas frias e sistemáticas contra os judeus: removê-los de todas as funções públicas, de todas as redações de jornais, bem como de atividades teatrais e cinematográficas; ‘eliminá-los’ da cultura e economia alemãs (WISTRICH, 2002, p. 72).

Lukacs (1998) explica que, para Hitler, esse “problema” judeu era uma fobia e, portanto, como qualquer outra fobia, não era irracional em sua mente. E assim permaneceu até o último dia de sua vida: “(...) exatamente na última frase de seu testamento, poucas horas antes de cometer suicídio [...], ele declarou: o que quer que possa acontecer, a nação alemã jamais deverá permitir a volta dos judeus ao seu seio” (LUKACS, 1998, p. 131).

Não sendo irracional para Hitler, e acreditando fortemente no que dizia, os discursos do *Führer* contra os judeus tornavam-se cada vez mais entusiasmados, e na década de 1920 foram importantes para o Partido Nazista, pois nessa época eram poucos os que consideravam o antissemitismo como um ponto crítico. No que dizia respeito a adquirir novos integrantes e apoiadores do Partido, “a questão [do antissemitismo] era flagrantemente menos importante do que o anticomunismo, o nacionalismo e as agruras do desemprego”. Nessa época, o antissemitismo era mais difundido entre os jovens do ensino médio e superior e constituía “a força motriz do recrutamento, auxiliando os nazistas a ‘capturar’ uma posição de liderança nas universidades nazistas já em 1930” (WISTRICH, 2002, p. 77).

A boa oratória e o entusiasmo de Hitler em seus discursos o levaram, no ano de 1921, a assumir a liderança do Partido Nazista. Segundo Capelato (2009), o líder que conduz as massas precisa se destacar pelo carisma e pelo dom da oratória, o que Hitler foi capaz de fazer. E conduzir as massas, em um governo totalitário, é essencial. Segundo Arendt (1989):

[...] o líder totalitário é nada mais e nada menos que o funcionário das massas que dirige; não é um indivíduo sedento de poder impondo aos seus governados uma vontade tirânica e arbitrária. Como simples funcionário, pode ser substituído a qualquer momento e depende tanto do “desejo” das massas que ele incorpora, como as massas dependem dele. Sem ele, elas não teriam representação externa e não passariam de um bando amorfo; sem as massas, o líder seria uma nulidade (ARENDR, 1989, p. 375).

Por isso Hitler, sendo um líder totalitário, procurava sempre cativar a massa, pois tinha consciência dessa interdependência e da necessidade da população desejar sua permanência no poder para que assim ocorresse.

Adolf Hitler queria conquistar o apoio do povo, e defendia a volta da monarquia e a união dos povos germânicos, que deveria englobar todas as nações que tinham como língua materna o alemão (BRANDT, 2011). Hitler acreditava que todos os problemas que a Alemanha estava enfrentando pós Primeira Guerra Mundial estavam sendo causados pela democracia instituída na República de Weimar. A solução, portanto, era um governo centralizado, “responsável por determinar e controlar a política e a vida de toda a nação” (BRANDT, 2011, p. 33). Segundo Lukacs (1998), o intuito de Hitler era

[...] governar com o consentimento ativo da maioria do povo, entre o qual a oposição potencial de pequenas minorias seria insignificante e inteiramente ineficaz [...]. Para Hitler, os únicos adversários categórica e inquestionavelmente potenciais – indivíduos cujas afirmações e, na verdade, cujos próprios atos de lealdade eram indesejáveis, porque, para ele, eles não poderiam ser outra coisa a não ser inimigos declarados – eram os judeus (LUKACS, 1998, p. 89-90).

É importante notar que houve uma mudança nas políticas antissemitas de Hitler e do Partido Nazista durante o Terceiro Reich. Lukacs (1998) explica:

A política inicial era a de expulsão: forçar todos os judeus a deixar a Alemanha. Em seguida, ocorreu a primeira mudança, no inverno de 1938-39, **vigorosamente manifestada em seu discurso de 30 de janeiro de 1939**⁹ [grifo meu]: ele sabia que a guerra se aproximava. Neste caso, os judeus teriam sido os responsáveis por ela e teriam de pagar por isso. Desse momento em diante, suas intenções envolveram mais do que os judeus da Alemanha e da Áustria – envolveram todos os judeus da Europa. Em sua mente, guerra e judeus estavam inseparavelmente ligados [...]. Durante cerca de dois anos mais [1939-1941], a emigração – isto é, a expulsão – de judeus do Grande Reich Alemão continuou, juntamente com os primeiros esboços de planos para expulsá-los de toda a Europa (LUKACS, 1998, p. 134).

Portanto, até 1941, a ideia do *Führer* e dos membros do Partido para resolver a “questão judaica” era a expulsão de todos os judeus da Alemanha, e posteriormente, de toda a Europa. No entanto, Lukacs (1998) continua:

No verão de 1941, outra mudança [...]. Em alguma ocasião em agosto-setembro de 1941, ele [Hitler] ordenou ou aprovou a Solução Final. As primeiras execuções em massa de judeus ocorreram no verão e outono de 1941 na Europa oriental [...]. O extermínio de grande parte dos judeus na II Guerra Mundial ocorreu entre o verão de 1942 e o outono de 1944 (LUKACS, 1998, p. 134).

Essa grande mudança na política antissemita do Partido Nazista foi possível graças ao “consentimento ativo” da população, sobre o qual Lukacs (1998) nos explica. E esse consentimento, por sua vez, foi adquirido com a ajuda da propaganda, sob a qual Hitler, juntamente com membros do Partido Nazista, apoiou-se fortemente.

1.3 A propaganda nazista como um aparato político de venda

Adolf Hitler e parte dos membros do Partido Nazista sabiam que a propaganda era essencial para sua chegada e permanência no poder; era necessária para conseguir o apoio da massa, além de manter certo nível de entusiasmo e comprometimento do povo com as ideias do regime. Para o Partido, “o fim último da propaganda nazista era organizar todos os alemães como simpatizantes” (ARENDDT, 1989, p. 421). Assim, diversos membros do Partido Nazista

⁹ Importante nos atentar à utilização do discurso para levar à população a ideia de que a culpa da Guerra era dos judeus. O discurso era um dos meios tidos como mais importantes para o Partido Nazista para atingir as massas; explicarei com mais detalhes no próximo capítulo.

viam a propaganda como um aparato político de venda, e os consumidores não eram os intelectuais, e sim a massa.

The function of propaganda, Hitler argued, was to bring the masses' attention to certain facts, processes, necessities, etc. [...]. Accordingly, propaganda for the masses had to be simple, it had to concentrate on as few points as possible, which then had to be repeated many times, with emphasis on such emotional elements as love and hatred¹⁰(WELCH, 1995, p. 11).

O regime nazista “não hesitava em empregar muitas formas de repressão contra seus inimigos declarados, mas também buscava o consentimento e o apoio do povo a toda hora” (GELLATELY, 2011, p. 22). De fato, essa busca começou ainda na República de Weimar, antes mesmo de Hitler ser nomeado chanceler. No início dos anos 30, as propagandas nazistas, que já faziam parte do cotidiano dos alemães, passaram a aparecer cada vez mais para a população. Para atingir seus objetivos, a propaganda em geral utiliza diversos meios, e os nazistas exploraram muitos deles, como a transmissão oral, jornais, cartazes, rádio, cinema, entre outros.

Nas eleições de 1932 o Partido Nazista conquistou menos da metade dos votos da população alemã, e pensando que os nazistas, nos anos posteriores, conseguiram mais simpatizantes e apoiadores do que outros grandes partidos, como o Partido de Centro ou o Partido Comunista da Alemanha, fica claro que “grupos dentro da nação estiveram mais suscetíveis à propaganda nazista e aos reconhecidos talentos de Hitler como um orador e propagandista” (GEARY, 2010, p. 36). A propaganda foi, de fato, uma grande arma utilizada pelos nazistas para conseguir o apoio e a confiança das massas, além de levar sua mensagem para a população, e introduzi-la de forma definitiva na mente das pessoas. Além de Hitler, muitos nazistas que faziam parte do Partido acreditavam que a propaganda para as massas deveria ser simples, “it had to aim at the lowest level of intelligence¹¹” (WELCH, 1995, p. 20). Nas eleições de 1932, a propaganda nazista trouxe imagens fortes e mensagens simples, técnicas modernas de propaganda com o intuito de angariar o maior número de apoiadores possível, além de fazer a população conhecer seu futuro *Führer* (figuras 1 e 2). Na figura 1, por exemplo, é possível notar essa simplicidade no cartaz, que mostra apenas o rosto de Hitler e seu nome em letras grandes logo abaixo. Interessante notar que o estilo do cartaz é semelhante com o de algumas estrelas de cinema da época. Esse tipo de propaganda – simples e com imagens

¹⁰ “A função da propaganda, Hitler argumentou, era chamar a atenção das massas para certos fatos, processos, necessidades, etc. (...). Portanto, a propaganda para as massas precisava ser simples, precisava se concentrar no menor número de pontos possível, os quais deveriam ser repetidos muitas vezes, com ênfase em elementos emocionais como o amor e o ódio” (WELCH, 1995, tradução minha).

¹¹ “Precisava apontar para o nível mais baixo de inteligência” (WELCH, 1995, tradução minha).

fortes – ajudou a fazer com que Hitler deixasse de ser apenas um extremista pouco conhecido para um dos principais candidatos à eleição de 1932.

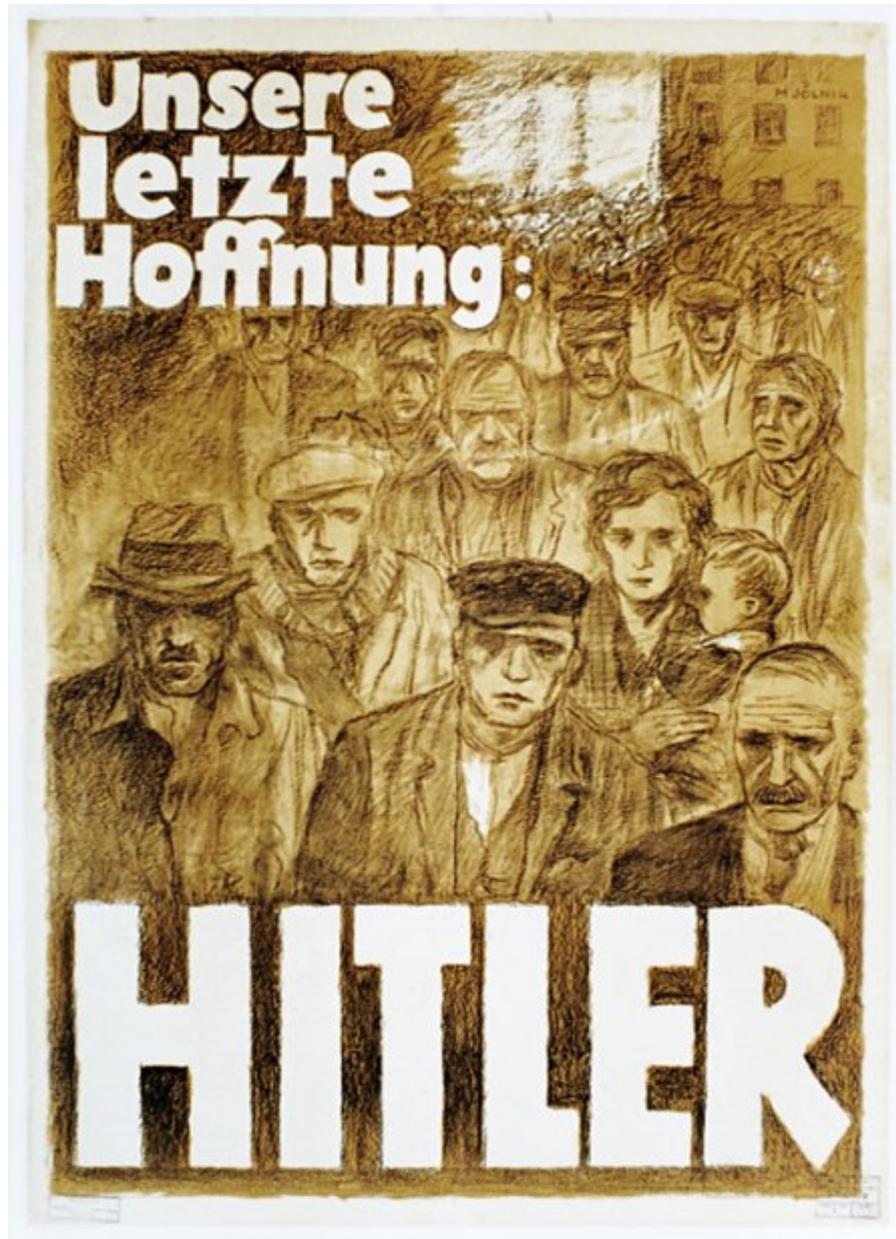
Figura 1 – Cartaz eleitoral de 1932, com foto feita por Heinrich Hoffman.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/wlc/en/article.php?ModuleId=10007817>>.

O mesmo uso de imagem forte e mensagem simples pode ser notada na figura 2, outro cartaz da propaganda eleitoral de 1932. Nessa eleição, os propagandistas nazistas apelaram fortemente ao grande número de alemães que encontravam-se desempregados e ainda sofriam por conta da Grande Depressão de 1929, ofertando-lhes “o grande salvador” e “a última esperança”, que era Adolf Hitler.

Figura 2 – “Nossa última esperança: Hitler”. Cartaz eleitoral de 1932 feito por Hans Schweitzer.



.Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-our-last-hope/>.

Já nas eleições de 1938, houve uma mudança: a propaganda nazista já passava para a nação a imagem de um Estado alemão sólido e hierarquicamente organizado, cujo topo estava ocupado pela figura do *Führer* (figura 3). Os propagandistas nazistas utilizaram, como nas eleições de 1932, slogans simples e confiantes, mas em 1938 também se fez presente essa ideia de uma nação unificada. A propaganda frequentemente enfatizava o poder do movimento de

massas, que pode ser observado na figura 3, representado pelo ângulo ascendente das mãos, que também era o modo da saudação nazista.

Figura 3 – “Grande Alemanha / Sim! / Em 10 de abril”. Cartaz criado por Bundesarchiv Koblenz para as eleições de 1938.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-april-10/>.

Para Hitler, era de extrema importância que a propaganda fosse dirigida não pela razão, mas pelo sentimento, pois assim despertaria a atenção da massa. No entanto, não se pode desconsiderar por completo a parte racional, pois, no final das contas, a razão motiva um indivíduo a fazer parte de um movimento político (LUZ, 2006). Essa percepção de que a propaganda deveria englobar tanto o lado racional quanto o emocional nos remete, mais uma

vez, à educação dos sentidos, pois, segundo Hadler (2007), faz parte da educação dos sentidos “processos de educação informais e difusos que incidem, simultaneamente, sobre as faculdades racionais e sensíveis dos diferentes indivíduos e grupos sociais” (HADLER, 2007, p. 141).

Os nazistas, então, como já colocado anteriormente, tinham consciência dessa necessidade de a propaganda atingir as dimensões racional e sensível do indivíduo; os alvos da propaganda, segundo Goebbels, deveriam ser os “corações e mentes”. E foi isso que os nazistas fizeram.

A objetividade e a simplicidade foram as principais características da propaganda nazista, além dos apelos ao orgulho ferido do povo alemão. Tudo interessa no jogo da propaganda, sejam mentiras ou calúnias, o importante era conquistar as massas (LENHARO, 1986). Diante disso, podemos perceber que os métodos poderiam variar muito em diferentes contextos de lugares e datas, não havia um método rigoroso o bastante para os nazistas considerarem impossível modificá-lo, pois o fundamental era que se atingisse o objetivo de conquistar as massas, todavia as concepções e idealizações da propaganda eram difundidas e, na maioria dos casos, seguidas à risca (PEROSA JÚNIOR, 2009, p. 1200).

O Partido Nazista, para conseguir um apoio mais geral da população, envolvendo todos os setores, estava “frequentemente prometendo coisas diferentes para pessoas diferentes” (GEARY, 2010, p. 44). Fazia promessas, por exemplo, de proteção aos pequenos fazendeiros e lojistas contra as grandes empresas. Mas também prometia às grandes empresas a demolição do sistema de relações industriais da República de Weimar, além da destruição do poder dos sindicatos dos trabalhadores e a restauração do direito de administrar seus próprios negócios. Os nazistas prometiam até às mulheres o retorno à moral tradicional e aos valores familiares, para conseguir também o seu apoio (GEARY, 2010).

Para o Partido, a propaganda era uma das bases para a criação da sociedade nazista, e deveria, sim, ser capaz de atingir o coração das massas, mas também era preciso que incutisse medo. Segundo Adolf Hitler, “A crueldade impressiona. As pessoas querem ter medo. Desejam se submeter a alguém com temor. As massas precisam disso. Precisam de alguma coisa para temer” (HITLER apud BERTONHA, 2000, p. 51). Os nazistas consideravam a manipulação das massas como instrumento político. Segundo Diehl (1996), “para Hitler, era preciso não só empolgar as massas, mas também mostrar a elas a força do movimento. Era necessário impressionar de tal forma que o público se sentisse tão intimidado a ponto de tender automaticamente ao NSDAP” (DIEHL, 1996, p. 48).

A propaganda política nacional socialista foi um importante instrumento também para levar à massa a necessidade da eliminação dos judeus. O antissemitismo, segundo os integrantes do regime, já se fazia presente em parcela da população, mas ainda de forma mais velada, não

havendo atos violentos contra os judeus nas ruas. A popularidade do nazismo se deu devido principalmente à propaganda, “que apelava para o sofrimento e a desilusão dos alemães e sordidamente se utilizavam disso para conquistar a simpatia e votos entre os alemães” (PEROSA JÚNIOR, 2009, p. 1197). E foi essa propaganda, mais especificamente a antissemita, que fez com que, após dois anos do Partido Nazista no poder, em meados de 1935, alemães começassem a atacar lojas de judeus (GELLATELY, 2011).

O antissemitismo, como relatado anteriormente, estava presente em parte da população e, portanto, o Partido Nazista apenas precisava cultivá-lo, além de atrair aqueles que ainda não eram antissemitas. A divulgação do antissemitismo, segundo Luz (2006),

[...] aconteceu aos poucos, mas de maneira eficaz, até que, nos últimos anos do Terceiro Reich, pode-se dizer que foi realizada com extrema eficiência, já que grande parte dos alemães compartilhavam desta visão discriminatória institucionalizada e se sentiriam cada vez mais como parte da “raça dominante” (...). O anti-semitismo oficial encarnou-se em um grupo significativo de alemães, que passaram a conduzir suas vidas pautados por este conjunto de significantes, tornando-o como referência em sua conduta e em suas opiniões políticas (LUZ, 2006, p. 19).

Assim, o partido nazista conseguiu fazer com que o antissemitismo ganhasse um viés mais radical e violento nos anos em que Hitler esteve no poder. A eficiência da propaganda antissemita provinha de conseguir convencer os alemães de que os judeus eram os responsáveis por todos os problemas e o estado caótico que a Alemanha se encontrava pós crise de 1929 (LENHARO, 2001). E os nazistas foram, aos poucos, tendo êxito. Muitos judeus foram demitidos por conta de suas origens, a violência contra esses começou a aparecer e as propriedades e bens de suas famílias foram confiscados pelo Estado nazista. A “Lei para a Restauração do Serviço Público Profissional”, de 7 de abril de 1933, expulsou os judeus do funcionalismo público, e dezoito dias mais tarde “uma legislação adicional restringiu o número de judeus que podiam ser indicados para trabalhar nas escolas ou universidades alemãs” (GEARY, 2010, p. 95). Em 1935 foram anunciadas as Leis de Nuremberg, para que a “mistura sanguínea” deixasse de existir e para excluir os judeus de todas as esferas possíveis:

A ‘Lei para a Proteção do Sangue Alemão e da Honra Alemã’, como foi chamada, banuiu novos casamentos entre judeus e não judeus, proibiu relações sexuais extramaritais entre eles, tornou ilegal que judeus empregassem mulheres não judias com menos de 45 anos e proibiu que judeus hasteassem a bandeira alemã (GELLATELY, 2011, p. 195).

Três anos depois, em 1938, mais de 4 mil negócios foram tomados dos judeus só entre abril e novembro. Alguns socialistas notaram, na época, que por conta da longa campanha antissemita, muitas pessoas acabaram tornando-se antissemitas (GELLATELY, 2011). No final da década de 1930, a incessante propaganda e inúmeras medidas que foram adotadas pelos

nazistas contra os judeus “convenceram cada vez mais alemães de que no mínimo havia uma ‘questão judaica’ e que talvez fosse melhor se eles simplesmente deixassem o país” (GELLATELY, 2011, p. 200).

É importante perceber que o impacto da propaganda nazista não foi resultado apenas da habilidade de Joseph Goebbels no Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda, ou mesmo do talento de Hitler como orador. Foi resultado também do profissionalismo eleitoral manifestado de duas formas: primeiro porque a propaganda nazista alcançava partes da Alemanha onde outros partidos não alcançavam, e segundo porque o Partido Nazista se preocupava em transmitir mensagens específicas para diferentes grupos, de acordo com os interesses de cada um.

No primeiro caso, o NSDAP enviava os seus oradores, incluindo algumas de suas principais figuras, aos distritos rurais e às pequenas cidades, que eram frequentemente negligenciadas pelos partidos políticos mais antigos. No segundo caso, a seção de propaganda do NSDAP treinava seus oradores a abordarem assuntos locais e concretos (GEARY, 2010, p. 45).

Desse modo, o sucesso da propaganda do Partido Nazista não era apenas resultado de mensagens genéricas ou mesmo da suposta “irracionalidade” das massas, mas também porque os nazistas chamavam a atenção para preocupações específicas e imediatas dos diferentes grupos que sua propaganda buscava atingir.

É preciso que nos atentemos ao fato de que a organização e a propaganda do regime eram mais fortes do que a de seus oponentes (LENHARO, 2001), e esse foi um dos motivos pelo qual Hitler conseguiu um maior apoio da população do que outros partidos. Quanto a esse apoio, Bertonha afirma:

De um ponto de vista mais abrangente, porém, acreditamos que os alemães se converteram ao novo credo devido, em primeiro lugar, à espantosa máquina de propaganda utilizada pelo Partido Nazista; ele empregava todos os meios – multidões uniformizadas, grandes paradas, comícios especialmente planejados – para impressionar as pessoas. Mais importante ainda: através dessa eficiente propaganda, os nazistas conseguiram captar toda a fúria, todo o desejo de renovação, toda a loucura de morte e o desespero que tantos alemães haviam sentido na guerra e sentiam ainda, em um país humilhado e empobrecido pela derrota e pela crise (BERTONHA, 2000, p. 37).

Assim, a partir do momento em que Hitler assume o poder como Chanceler em 30 de janeiro de 1933 (GAY, 1978), a população alemã começaria a ser vítima de um “anestesiamento” coletivo, uma força psicológica da qual não conseguiriam se desvencilhar; a participação da população no regime se daria por coerção e medo. Esse foi o grande diferencial do nazismo: apesar de já ter ocorrido outros regimes ditatoriais antes deste, “a novidade do

nazismo era sua força psicológica, que predisponha todos, trabalhadores ou não, a aceitarem ou assumirem seu corpo ideológico” (LENHARO, 2001, p. 15).

1.4 A relação entre a resistência e a cultura de massa na Alemanha nazista

É preciso tomar cuidado com as generalizações sobre os alemães. Nem todos apoiaram os nazistas; na verdade, o maior percentual de voto popular conquistado pelo Partido Nazista antes de Hitler tornar-se chanceler foi de um pouco mais de 37%, em julho de 1932 (GEARY, 2010). Portanto, nesse momento, mais da metade dos alemães não apoiaram Hitler e seu Partido, e a quantidade de alemães que o fizeram não foi o suficiente para levar os nazistas ao poder. No entanto, de todos os partidos que concorreram às eleições de 1932, o Partido Nazista foi o que recebeu a maior quantidade de votos. Apelando para a desmoralização em que o povo alemão se encontrava após a Grande Crise de 1929, o Partido foi sendo capaz de angariar cada vez mais apoio. Percebendo isso, o então presidente Hindenburg resolveu nomear Hitler como chanceler, pois acreditava que dessa maneira conseguiria controlar os nazistas. A partir daí, a tomada do poder tornou-se mais fácil: aos poucos, Hitler foi banindo a existência de outros partidos, até que em Novembro de 1933 o único declarado legal era o Partido Nazista (MARLIN, 2017). Assim, com a morte de Hindenburg em 1934, Hitler assume o poder total, juntamente com seu Partido.

É fato que a propaganda nazista não conquistou todos os alemães, tanto antes, quanto depois do Partido Nazista chegar ao poder. Não havia uma conformidade de opinião no Terceiro Reich e a população não sofreu uma “lavagem cerebral” de forma a aceitar tudo o que os nazistas propunham (GEARY, 2010). A propaganda era mais bem-sucedida nos locais onde era possível tirar proveito das visões de mundo já presentes na sociedade de classe média alemã, de questões como o nacionalismo e o antissemitismo. Segundo Koehn, “el número de defensores del régimen totalitario fue limitado¹²” (KOEHN, 2005, p. 23). A primeira e maior das oposições que os nazistas sofreram foi a resistência dos trabalhadores alemães.

Os movimentos operários e os sindicatos foram os grupos menos receptivos com relação à propaganda nazista. Segundo Arendt (1989), “a única classe que demonstrou ser quase imune à propaganda anti-semita foram os trabalhadores” (ARENDR, 1989, p. 45). Por isso, para tentar conseguir seu apoio, os nazistas adotaram outros métodos: passaram a utilizar a repressão para

¹² “O número de defensores do regime totalitário foi limitado” (KOEHN, 2005, tradução minha).

desestruturá-los, assim como discipliná-los para o trabalho. Além disso, criaram instituições – Força pela Alegria, Beleza do Trabalho – para levar arte e cultura para os trabalhadores, tentando atraí-los para o regime. “(...) thanks to ‘Strength through Joy’ ordinary people could now participate in luxury pursuits hitherto reserved for the rich such as sea cruises and the prospect of ownership of motor-cars¹³ (NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 153). Essas organizações serviam para inculcar a ideologia do Partido Nazista na mente dos alemães, “além de funcionar como um mecanismo que fornecia um alívio ilusório aos problemas dessa classe, aproximando-os do regime. De certa maneira, o Strength Through Joy também fazia parte da máquina de propaganda nazista” (VIRDES, 2015, p. 67).

O Partido Nazista também fez com que o esporte se tornasse algo importante para os trabalhadores, encorajando tanto a saúde física como uma “atitude mental saudável”. Em 1936, foi introduzido nas fábricas o esporte e o treinamento físico, e todos os trabalhadores jovens eram obrigados a passar duas horas, em sua semana de trabalho, fazendo exercícios físicos (NOAKES, PRIDHAM, 1984). Os nazistas queriam que as classes trabalhadoras, se fossem bons membros do Partido, se sentissem tão importantes quanto as classes média e alta, por terem acesso aos instrumentos de lazer. Foram criados comitês com cursos, shows, piqueniques, competições esportivas, tudo para atrair os trabalhadores para o regime nazista. Sobre isso, como afirma Geary (2010),

Apesar de desconfiados das razões do regime, muitos trabalhadores saudaram as atividades de lazer e os feriados organizados pela organização “Força pela Alegria”. Aqueles que obtiveram empregos depois da onda de desempregos podem muito bem ter sentido alguma espécie de gratidão pelos seus governantes (...). Nesse contexto, o fator idade provavelmente desempenhou algum papel. É bastante claro que os trabalhadores mais velhos que fizeram parte dos movimentos comunista e social-democrata não foram, em sua maioria, persuadidos pela mensagem nazista. Trabalhadores mais jovens, ao contrário, sem esse tipo de experiência, possivelmente os beneficiários do “princípio do desempenho”, geralmente tinham uma imagem mais positiva do nazismo (GEARY, 2010, p. 88-89).

Muitos desses operários, principalmente os mais jovens, acabaram seduzidos pelas ideias nacionalistas e racistas do partido e passaram a acreditar que Hitler “faria uma verdadeira revolução contra o capitalismo” (BERTONHA, 2000, p. 41). Assim, a popularidade do nazismo foi crescendo cada vez mais. O que também explica essa popularidade nesse momento foi a recuperação econômica do país após a Crise de 1929: “conforme os empregos foram sendo criados e a situação econômica do país foi melhorando, os trabalhadores aumentaram o apoio

¹³ “(...) graças à Força pela Alegria pessoas comuns podiam agora participar de atividades de luxo até então reservadas para os ricos, como cruzeiros marítimos e a perspectiva de propriedade de automóveis” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

ao partido nazista” (VIRDES, 2015, p. 61). A política econômica do nazismo gerou resultados rápidos, reduzindo o desemprego e recuperando a produção industrial da Alemanha, o que, dada a crise que a população vinha enfrentando, foi muito importante para o apoio desta ao partido.

Parte dos membros do Partido Nazista tinha consciência de que a propaganda, por si só, não mudaria as condições sociais e políticas da Alemanha. Mas também sabia que, apesar de não ser capaz de, sozinha, trazer mais adeptos ao regime, a propaganda era um importante meio de convencimento da população. Por conta disso, deveria ser adaptada para atingir pessoas diferentes, atrair diferentes grupos por diferentes razões (WELCH, 1995), pois o Partido tinha a intenção de atrair o maior número possível de apoiadores ao regime.

A cultura e a arte no período nazista, como ressaltado anteriormente, tiveram mudanças significativas para a classe operária. Mas essa mudança não se deu apenas para esse setor: antes da República de Weimar, a produção cultural de massa possuía uma expressão muito menor. As inovações culturais cresceram muito após a República, tornando-se mais acessíveis ao público, e englobaram o campo do teatro, literatura, cinema e arquitetura (SILVA, 2010). Segundo Evans (2014),

De todos os regimes modernos, o do Terceiro Reich definiu-se mais claramente por sua arte e cultura de massa (...). Claro que os nazistas tomaram emprestada uma grande quantidade de rituais e símbolos da Itália fascista; e a disciplina de corpos humanos individuais em uma massa monolítica única era uma característica da Rússia de Stálin tanto quanto da Espanha de Franco. Todos esses regimes reduziram as artes a instrumentos de propaganda e eliminaram qualquer sinal de dissidência criativa, ou pelo menos tentaram. Pegaram pesado nos aspectos complexos e elitistas das produções culturais modernistas e tentaram impor aos artistas, escritores e músicos um estilo simples que pudesse comunicar-se facilmente com as massas (EVANS, 2014, p. 245).

Com essas imposições, Hitler e o Partido Nazista pretendiam, como explicitado anteriormente, que todos tivessem acesso à cultura e arte, não mais apenas as classes média e alta da população, como ocorria antes do Terceiro Reich. Neste período, “a cultura não era mais o privilégio de uma elite; a intenção era que penetrasse em cada segmento da sociedade e da vida alemãs” (EVANS, 2014, p. 248). No entanto, é importante nos atentarmos ao fato de que essa cultura da qual a massa passou a ter acesso era seletiva. A arte e a cultura de massa eram diferentes daquelas que a elite sempre teve acesso, pois era também uma forma de propaganda que o Partido Nazista utilizou a seu favor.

Algumas doutrinas da política cultural nazista eram o antissemitismo, a remoção dos judeus da vida cultural e a promoção do militarismo, além da “destruição da criatividade pessoal e independente e a promoção de uma produção cultural impessoal que servisse às necessidades

da nação e da raça” (EVANS, 2014, p. 248). A discriminação, tanto social quanto política, que foi implementada desde o começo do Terceiro Reich, fez com que muitos artistas, sejam escritores, pintores ou músicos, emigrassem da Alemanha. Mesmo os poucos que ficaram foram silenciados pelo Partido Nazista: apenas poderiam continuar exercendo sua profissão os artistas liberados pelo Partido. Era primeiro de setembro de 1933 quando Hitler anunciou, no comício do Partido em Nuremberg, que estava na hora de uma nova arte alemã. Essa arte deveria refletir a alma racial do povo e, portanto, a ideia de que a arte era internacional deveria ser rejeitada (EVANS, 2014). Hitler e os nazistas condenavam a arte moderna, a qual chamavam de “degenerada”. Eles valorizavam o que chamavam de arte clássica, que era, de fato, uma releitura com fins políticos da arte clássica já existente na Alemanha; ela tornou-se, também, um tipo de propaganda. Para eles, a arte deveria apresentar a perfeição do homem ariano e ser realista, e os artistas que não seguiam essas premissas impostas pelo Partido Nazista eram considerados inimigos do regime, proibidos de comercializar e expor seus trabalhos. Segundo Evans (2014),

[...] os nazistas fizeram um esforço sem precedentes para levar o que entendiam como cultura às massas, distribuindo rádios baratos, realizando concertos em fábricas, levando filmes para aldeias remotas em cinemas móveis, incitando as pessoas a ver os horrores da exposição de Arte Degenerada¹⁴ e muito mais (EVANS, 2014, p. 248).

Os nazistas viam essa nova arte alemã como uma expressão da raça, e acreditavam que apenas os arianos eram capazes de criar uma verdadeira arte. A chamada arte degenerada, portanto, era também toda aquela feita por não-arianos, e era um sinal de degeneração racial (NOAKES; PRIDHAM, 1984).

É possível notar que a apreciação e o entendimento das artes por Hitler e pelo Partido Nazista, como aponta Evans (2014), eram quase que inteiramente políticos. “No fim das contas, a arte seria reduzida a pouco mais que uma celebração de poder e um instrumento de propaganda [...] O nazismo estetizou a política, mas também politizou as artes” (EVANS, 2014, p. 248-249).

1.5 Expressões e articulações políticas do regime totalitário alemão

Os nazistas perceberam que, para convencer parte do povo alemão que ainda não estava certa de que o regime nazista era o melhor caminho, era preciso culpar os judeus de todos os

¹⁴ Liderado por Adolf Hitler, o governo alemão inaugurou em Munique, em 1937, a exposição chamada Arte Degenerada, uma exposição de arte moderna que contou com cerca de 650 obras confiscadas dos principais museus públicos do país. O intuito do Partido Nazista era mostrar à população exemplos de manifestações artísticas que eram condenadas pelo regime. Fonte: museusegall.org.br

problemas políticos que a Alemanha estava sofrendo. Além disso, eles ofereciam “trabalho aos desempregados, financiamento aos agricultores, isenções fiscais aos industriais. As intenções moralistas de proteção à família, respeito à religião e defesa da propriedade privada também se achavam presentes” (LENHARO, 2001, p. 25). Tudo isso teve grande peso para a população passar a apoiar o regime nazista. É importante ressaltar também que Hitler nunca prometeu igualdade entre os homens, e sim superioridade de alguns, os alemães, diante da maioria, o resto da humanidade. Muitos alemães, que como os nazistas sabiam, eram nacionalistas, aceitaram isso como verdadeiro, sendo esse um dos fatores que contribuiu para que o regime conseguisse o apoio dessa parte da população.

As grandes manifestações de massa também eram importantes para o nazismo. Por todos os lados havia o símbolo da suástica, bandeiras do regime e manifestações de disciplina e submissão ao *Führer* (figura 4). Era um tipo de ritual que despertava “a emoção – e não a razão – dos participantes, atraindo-os e mantendo-os ligados ao regime por meio de uma fé irracional de fundo religioso” (BERTONHA, 2000, p. 52). Na figura 4 abaixo podemos ver os membros da Juventude Hitlerista em um comício realizado no dia 27 de agosto de 1933, na Alemanha, formando uma suástica. É possível perceber como as manifestações de massa realmente tinham uma importância grande, não apenas para o Partido, mas também para a população.

Figura 4 – Membros da Juventude Hitlerista formando uma suástica. Alemanha, 1933.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <https://www.ushmm.org/wlc/en/media_ph.php?ModuleId=0&MediaId=6568>. Acesso em: 4 jun. 2018.

Hitler e os membros do Partido Nazista aliaram-se à burguesia para chegar ao poder. Os maiores beneficiados pelo Partido foram os grandes industriais e proprietários de terra, pois foram ainda mais enriquecidos pela nova política econômica trazida pelo regime e ficaram satisfeitos com o fim do movimento operário e das organizações de esquerda trazidos pelos nazistas (BERTONHA, 2000). Geary (2010) afirma que, no Terceiro Reich,

trabalhadores permaneceram trabalhadores [...]. Grandes proprietários permaneceram grandes proprietários e gigantescos trustes industriais desfrutaram de lucros imensos [...]. Na verdade, o capital se tornou mais, e não menos, concentrado no Terceiro Reich (GEARY, 2010, p. 67-68).

Portanto, durante o regime nazista, o capital concentrou-se nas mãos dos grandes proprietários e industriais, que não foram expropriados e permaneceram com suas propriedades em mãos privadas; alguns deles beneficiaram-se muito com o governo nazista (GEARY, 2010).

Em termos gerais, a ideologia nazista se baseava no conceito de nação. A sociedade liberal e a democracia gerariam o enfraquecimento desta, e para que isso não ocorresse, era necessário um Estado forte, que fizesse prevalecer os interesses coletivos ao invés dos individuais. O poder e as ordens deveriam vir do líder, que seria “a encarnação do todo coletivo, ao qual cada indivíduo deveria submissão e obediência cega” (BERTONHA, 2000, p. 44).

Os nazistas também tiveram que contar com o apoio de políticos conservadores e tradicionais para conseguirem de fato assumir o poder. Mesmo com toda a propaganda que utilizaram em benefício próprio, a ascensão de Hitler não seria possível sem a ajuda de políticos que se encontravam no poder (PEROSA JÚNIOR, 2009). A propaganda nazista, portanto, também foi muito importante para a chegada do partido nazista ao poder, mas as alianças com outros políticos que já detinham o poder não podem ser deixadas de lado. A propaganda em si foi mais importante após Hitler tornar-se *Führer*, para conseguir o apoio geral dos alemães ao regime nazista.

Como afirmado anteriormente, em 1934 o Presidente da República morre e Hitler deixa de ser apenas chanceler e fica conhecido como *Führer*, líder absoluto de toda a nação. Começava, então, “uma ditadura de caráter totalitário que se utilizou da propaganda e do terror como talvez nenhum outro Estado europeu jamais teve força ou vontade política para fazê-lo” (LUZ, 2006, p. 7). A crise com certeza foi uma grande aliada na vitória de Hitler, mas não foi o único elemento-chave para que a população apoiasse seu partido. Afinal, não havia apenas o Partido Nazista nesse momento de crise. Mesmo assim, significativa parte da população decidiu apoiá-lo ao invés de ficar ao lado dos comunistas, ou mesmo dos socialdemocratas.

1.6 O Exército, a SA e a SS

O Exército teve um papel fundamental na ascensão nazista. O apoio do Exército ao ideário nazista começou antes mesmo da nomeação de Hitler como Chanceler. Sobre isso, Evans (2014) afirma:

Cada vez mais alarmado com a ascensão do comunismo e os crescentes atos violentos nas ruas, o Exército também viu a nova situação política como uma oportunidade de se livrar da democracia de Weimar e impor uma ditadura militar autoritária que repudiaria o Tratado de Versalhes e rearmaria o país nos preparativos para uma guerra de reconquista dos territórios perdidos da Alemanha, e talvez algo mais (EVANS, 2014, p. 28).

O Exército, portanto, tinha o mesmo conjunto de aspirações que os membros do Partido Nazista no que diz respeito ao Tratado de Versalhes e às terras tomadas da Alemanha na Primeira Guerra Mundial.

Na década de 1920, o Partido Nazista criou sua força paramilitar, a SA (abreviação de “*Sturmabteilung*”, “Tropas de Assalto”), e seu principal líder era Ernst Röhm. A SA não funcionava como um exército ou uma tropa organizada, mas cumpriu um papel importante para os nazistas no combate aos seus opositores políticos, como os comunistas, por exemplo.

A SA, no entanto, não durou muito, pois Hitler começou a ficar insatisfeito com a força paramilitar conforme esta foi se fortalecendo. Uma das preocupações da cúpula nazista era o fato de Röhm ser adepto à violência nas ruas. Além disso, o Partido Nazista não possuía plenos poderes da SA, não podendo controlá-la da maneira que quisesse.

Os nazistas criaram, então, a SS (*Schutzstaffel*, ou como ficaram conhecidos pela cor de seus uniformes: “camisas pardas”) em 1925, uma unidade paramilitar nazista responsável, entre outras tarefas, pela eliminação dos adversários do regime.

A SS surgiu como corpo de elite do partido, e seus homens deveriam ser capazes de “cumprir qualquer ordem e qualquer determinação do partido, por mais cruéis e absurdas que fossem” (BERTONHA, 2000, p. 43). O Exército já apoiava os nazistas, e o número de paramilitares camisas pardas foi crescendo exponencialmente desde sua criação, em 1925; no verão de 1933, a SS já contava com dois milhões de homens (EVANS, 2014).

Após assumir o poder como Chanceler, Hitler, insatisfeito com a situação que estava sendo criada pela SA e com o apoio do então presidente, Hindenburg, que estava preocupado com o fato de a SA tomar o lugar do Exército alemão, ordenou à SS que atacasse a tropa comandada por Röhm. Na noite do dia 30 de junho para o dia primeiro de julho de 1934, os

camisas pardas executaram dezenas de homens da SA e prenderam outros milhares. Essa noite ficou conhecida como Noite dos Longos Punhais e o Exército alemão “se satisfez com o desmonte da liderança das SA e deu seu aval à transformação total da Alemanha em ditadura” (BERTONHA, 2000, p. 40).

As tropas da SS foram alistadas como polícia auxiliar e tornaram-se o principal braço armado do Partido Nazista, mais importante do que o próprio Exército. Sobre a escolha do Partido pela utilização das tropas da SS no lugar do Exército, Arendt (1989) explica:

É verdade que a ascendência da polícia secreta sobre o aparelho militar é a marca de muitas tiranias, e não somente das tiranias totalitárias; mas, no caso do governo totalitário, a preponderância da polícia não apenas atende à necessidade de suprimir a população em casa, como se ajusta à pretensão ideológica de domínio global. Pois é evidente que os que vêm toda a terra como seu futuro território darão destaque ao órgão de violência doméstica e governarão os territórios conquistados com as medidas e o pessoal da polícia, e não com o Exército. Assim, os nazistas usaram suas tropas SS, essencialmente uma força policial, para governar e até conquistar territórios estrangeiros, visando ulteriormente a uma fusão do exército com a polícia sob a liderança da SS (ARENDR, 1989, p. 348-349).

Hitler e o Partido Nazista deram muita importância às tropas SS, que foram essenciais tanto no seu antissemitismo e conseqüente eliminação dos judeus, quanto na conquista de territórios que os alemães haviam perdido após o Tratado de Versalhes (GAY, 1978). Como colocado, o Partido Nazista fez da SS seu braço direito, muito mais importante do que o Exército, o que ocorre nos governos totalitários de forma geral. Isso porque, segundo Arendt (1989), a polícia secreta totalitária, diferentemente da polícia de outros regimes, faz a “distinção entre inimigo ‘suspeito’ e inimigo ‘objetivo’”. Este último, explica Arendt,

é definido pela política do governo e não por demonstrar o desejo de derrubar o sistema. Nunca é um indivíduo cujos pensamentos perigosos tenham de ser provocados ou cujo passado justifique suspeita, mas é um “portador de tendências”, como o portador de uma doença. Na prática, o governante totalitário age como alguém que persistentemente insulta outra pessoa até que todo o mundo saiba que ela é sua inimiga, a fim de que possa – com certa plausibilidade – matá-la em autodefesa (ARENDR, 1989, p. 474).

Um dos “inimigos objetivos” do regime nazista foi, sem dúvida, o judeu, e o Partido incessantemente insultava-o em sua propaganda para mostrar à população que ele era o inimigo. Discutirei mais sobre esse assunto no próximo capítulo.

As tropas SS foram muito importantes, principalmente no primeiro estágio do regime nazista (1933-1935), como seria em qualquer regime totalitário, pois, como explica Arendt (1989),

[...] a polícia secreta e as formações de elite do partido ainda desempenham um papel semelhante àquele que as caracteriza em outras formas de ditadura e nos antigos regimes de terror [...]. O primeiro estágio, de desencavar os inimigos secretos e caçar

os antigos oponentes, geralmente coincide com a arregimentação de toda a população em organizações de vanguarda e a reeducação dos velhos membros do partido para serviços voluntários de espionagem, de sorte que os escalões especialmente treinados da polícia não precisam preocupar-se com as duvidosas simpatias dos simpatizantes arregimentados [...]. O fim do primeiro estágio advém com a liquidação da resistência aberta e secreta sob qualquer forma organizada; isso ocorreu por volta de 1935 na Alemanha (ARENDR, 1989, p. 472).

Passado esse primeiro estágio, depois do extermínio dos reais inimigos do regime e “após o início da caça aos ‘inimigos objetivos’ é que o terror se torna o verdadeiro conteúdo dos regimes totalitários” (ARENDR, 1989, p. 472). A partir de 1935, as tropas SS foram obtendo cada vez mais poder e foram sendo delegadas mais responsabilidades à estas. Bertonha (2000) afirma que

Esses grupos foram, com o tempo, ampliando cada vez mais as suas funções e seus poderes. No fim da Segunda Guerra Mundial, já eram um verdadeiro Estado dentro do Estado, cumprindo funções policiais, militares, econômicas, educativas, de pesquisa “científica” racial e outras (BERTONHA, 2000, p. 43).

Assim como as tropas SA, as SS valorizavam a lealdade e a bravura, além do espírito de sacrifício e a “obediência cega e automática ao chefe”. Os homens que delas participavam eram considerados a elite da elite ariana, e deveriam cumprir todas as tarefas para eles delegadas, “ainda que isso implicasse – como de fato implicou – a morte de milhões de pessoas (BERTONHA, 2000, p. 46).

1.7 A Juventude Hitlerista e a Educação de acordo com os ideais do Partido Nazista

O Partido Nazista também fez uso da educação para alcançar uma maior popularidade entre os alemães. Segundo Brandt (2011), a educação exerce grande poder na formação de jovens e crianças; atua de forma significativa no direcionamento de suas ideias e pensamentos. No caso da formação do indivíduo nazista, membros do Partido consideraram a educação como meio fundamental para concretizar o futuro do Terceiro Reich com o apoio de milhões de jovens moldados à sua maneira. Apesar da sofisticação da propaganda nazista, o pensamento e as ações dos alemães não mudariam apenas com esta; era preciso transformar a educação. “Em longo prazo, a remodelação do sistema educacional criaria uma nova geração de jovens alemães que não conheceria nenhuma fonte de valores alternativos ao nazismo” (EVANS, 2014, p. 257).

Muitos integrantes do Partido Nazista tinham plena convicção da dificuldade de transformar adultos em nazistas, pois estes já se encontravam física e intelectualmente formados. Os jovens, por outro lado, ainda não tinham suas opiniões formadas e poderiam tornar-se adeptos ao nazismo mais facilmente. “A juventude era mais suscetível ao apelo de

Hitler, em comparação com as gerações mais velhas” (GEARY, 2010, p. 89). Noakes e Pridham (1984) confirmam que o Partido tinha consciência dessa dificuldade de transformar os mais velhos em nazistas:

The Nazi leadership appreciated the difficulty of indoctrinating the older generation which had already been socialised in accordance with the norms and values of a ‘decadent’ culture. They were all the more determined to mould the new generation along Nazi lines ¹⁵(NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 222).

Mas para que isso ocorresse de fato, deveriam ser submetidos logo cedo a uma educação que os moldaria como o regime esperava, pois era por eles que Hitler e os nazistas almejavam construir seu império. Eles conseguiram enxergar grande potencial na juventude e sabiam que esta os ajudaria na conquista do poder (BRANDT, 2011).

A mudança no sistema educacional começou antes de Hitler assumir o poder como Chanceler, em 1933. O Partido Nazista começou a buscar novos meios não mais para educar, mas para doutrinar os jovens, através da educação, de acordo com seus ideais. O principal meio foi a Juventude Hitlerista (JH), criada em 1926, que passou a tomar o controle de todos os movimentos juvenis a partir de 1933. Evans (2014) afirma que

Na época [em 1926], a Juventude Hitlerista não podia competir com os volumosos números de moços reunidos em organizações de jovens protestantes ou católicos, as alas jovens de outros partidos políticos (...). Organizações não nazistas de jovens simplesmente suplantavam em muito a Juventude Hitlerista, uma força de meros 18 mil em 1930 e somando não mais de 20 mil dois anos depois. No verão de 1933, porém, assim como em outras áreas da vida social, os nazistas dissolveram quase todas as organizações rivais (...). Meninos e meninas ficaram sob uma tremenda pressão para se associar à Juventude Hitlerista e suas organizações afiliadas (EVANS, 2014, p. 316).

Foi sobretudo por meio da JH e suas afiliadas que os nazistas trataram de formar os novos alemães do futuro. Em 1936, Hitler promulgou uma lei que tornava obrigatória a filiação à JH de todas as crianças com mais de dez anos, e a partir de primeiro de setembro desse ano, a organização recebeu o status de instituição educativa oficial (EVANS, 2014). A JH reforçava certos valores e estereótipos que já faziam parte da cultura militar alemã, como, por exemplo, obediência, coragem física, honra e resistência, e desprezava valores como paz, moderação, sensibilidade e humanidade (NOAKES; PRIDHAM, 1984).

É importante ressaltar, no entanto, que nem todas as crianças e jovens residentes da Alemanha tinham o direito de ingressar na JH. Antes de Hitler tornar obrigatória a filiação na

¹⁵ “A liderança nazista reconheceu a dificuldade de doutrinar a geração mais velha, a qual já havia sido socializada de acordo com as normas e valores de uma cultura ‘decadente’. Eles estavam cada vez mais determinados a moldar a nova geração juntamente com linhas nazistas” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

JH, em 1936, dos arianos com mais de dez anos, o alistamento era voluntário, mas todos precisavam passar por uma fase de avaliação para se tornarem membros. Segundo Bartoletti (2006), “cada menino e menina tinha de fazer uma prova escrita para garantir que conhecia as idéias nazistas sobre raça e política. Também tinham de provar sua origem racial”. Só poderiam participar da JH “as que provassem ter ascendência ‘ariana’¹⁶” (BARTOLETTI, 2006, p. 29). Além disso, as crianças deveriam provar que eram saudáveis e não possuíam nenhuma doença hereditária, além de provar sua capacidade física:

[...] participavam de corridas, jogavam beisebol, faziam natação e ginástica. As meninas faziam caminhadas de duas horas, enquanto os meninos faziam uma de três dias pelo país. Os meninos também passavam por uma prova de coragem pulando de uma altura de dois ou três andares em cima de uma lona ou dentro d’água (BARTOLETTI, 2006, p. 30).

No entanto, mesmo com todas essas exigências para tornar-se membro da JH, os jovens ainda assim queriam fazer parte da organização. Na figura 5 abaixo podemos ver um desfile da Juventude Hitlerista que ocorreu em Nuremberg em 1933; nela é possível perceber que a quantidade de crianças e jovens que faziam parte da JH nesse ano já era grande. Na foto, as crianças marcham ordenadamente em filas. À direita da imagem vemos Baldur von Schirach, comandante da JH, fazendo a saudação nazista, e Julius Streicher (com casaco de cor clara), editor do jornal antisemita *Der Stürmer*. Ao longo de toda a rua é possível ver bandeiras com a suástica penduradas nos prédios, além de um público grande observando pelas janelas.

¹⁶ “Os nazistas definiam a raça ariana como povos nórdicos os brancos, sem mistura de antepassados judeus. [...] Diziam que os cabelos loiros e os olhos azuis caracterizavam os arianos ‘mais puros’” (BARTOLETTI, 2006, p. 29).

Figura 5 – Desfile da Juventude Hitlerista que ocorreu em Nuremberg, 1933.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <<https://collections.ushmm.org/search/catalog/pa1037418>>. Acesso em: 4 jun. 2018.

A educação e formação dos jovens, que antes eram responsabilidade das escolas e das famílias, passaram, portanto, para o Partido e a JH; “À escola, caberia apenas a transmissão dos conhecimentos empíricos tradicionais, porém (...) até mesmo esses conhecimentos eram direcionados” (BRANDT, 2011, p.110). Em 1936, a JH já contava com mais de cinco milhões de integrantes (BRANDT, 2011). Sobre a formação dos jovens, Bertonha (2000) explica:

(...) os jovens teriam de receber uma sólida formação ideológica nacional-socialista e desenvolver o corpo e o espírito para servir à Alemanha e a Hitler. Desde cedo, os jovens alemães recebiam uma educação que valorizava a força, o poder, a disciplina, a saúde, a forma física e o militarismo. Essa pedagogia da força bruta fluía para as crianças especialmente no interior da Juventude Hitlerista, mas a doutrinação atingia também as escolas comuns (BERTONHA, 2000, p. 47).

A geração mais jovem estava perdendo o contato com os valores de seus antepassados e tornava-se vítima dos ideais nazistas sob o impacto da JH e da doutrinação nas escolas (EVANS, 2014).

O Partido Nazista procurava inculcar na sociedade a ideia de que os jovens precisavam ser física e mentalmente saudáveis, fortes, empenhados a fornecer para a sociedade aquilo que ela necessitava. Os meninos deveriam tornar-se soldados eficientes, e às meninas caberia o papel de mães dispostas a oferecer filhos saudáveis ao *Führer*. Enquanto o homem era criado para a guerra, o trabalho, a mulher era criada para a procriação (LENHARO, 2001). “Mas o exercício físico era importante para ambos, por isso faziam longas caminhadas no campo, acampavam e participavam de provas competitivas. As atividades fortaleciam as crianças, formando sua resistência e determinação” (BARTOLETTI, 2006, p. 32).

O intelecto era apenas secundário e até mesmo dispensável. Na verdade, os nazistas consideravam nocivo o efeito produzido pela educação intelectual e acreditavam que o analfabetismo poderia trazer benefício para a grande massa. Para atingir seus objetivos, os nazistas precisavam do apoio da massa, e se esta não possuía conhecimentos e informações, era mais facilmente conduzida e oferecia menos resistência (BRANDT, 2011). Segundo Evans (2014), o ensino formal teve sua ênfase reduzida à medida que as horas dedicadas à educação física e ao esporte aumentavam nas escolas públicas. Em 1938, poucas aulas eram dedicadas a matérias acadêmicas para dar espaço ao doutrinação. Além disso, após a escola, o jovem com 18 anos ia para o trabalho compulsório e depois para o serviço militar junto às forças armadas; a conclusão da educação normal do cidadão alemão era o serviço militar. Até na universidade o treinamento físico paramilitar era uma das características mais importantes.

O Terceiro Reich teve um impacto desastroso por todo o sistema educacional. Foi

Um regime construído em cima do desprezo pelo intelecto (...). Os nazistas viam o sistema educacional em primeiro lugar como um meio de inculcar sua visão de mundo nos jovens, e ainda mais como um meio de treiná-los e prepará-los para a guerra (EVANS, 2014, p. 368).

O Partido Nazista ditava qual a perspectiva educacional as escolas alemãs deveriam seguir, além do conteúdo, a forma como era passado e quem ministraria as aulas. Os professores judeus e de partidos democráticos foram substituídos nas escolas por docentes nacional-socialistas, independente da capacidade pedagógica destes. Durante todo o Terceiro Reich, a formação acadêmica dos professores não importava de fato; era preciso apenas que fossem bons nazistas. E o “treinamento” para transformar as crianças em bons nazistas começou nas escolas logo que o Partido Nazista ascendeu ao poder. Evans (2014) traz um relato do diretor de uma escola na cidade de Wismar, na Alemanha, no final do período letivo de 1933-34, sendo possível compreender como o Partido já se fazia presente dentro das escolas:

Um quadro de Adolf Hitler está pendurado na parede de quase todas as salas de aula. Perto da placa comemorativa no poço da escada, um retrato particularmente valioso do Líder [...] ocupa um lugar de honra. Professores e alunos se cumprimentavam no começo e ao final de cada aula com a saudação alemã. Os alunos ouvem os principais discursos políticos pelo rádio no salão da escola (HOHMANN e LANGER *apud* EVANS, 2014, p. 304).

A educação formal baseada nos conhecimentos curriculares tradicionais passou, portanto, a ter uma importância secundária, senão dispensável. Isso fez com que a qualidade de ensino nas escolas caísse, mas os nazistas não viam isso como um problema, visto que para educar os jovens alemães de acordo com seus ideais, havia a JH (BRANDT, 2011).

Uma vez dentro da JH, as crianças e jovens deveriam participar ativamente das atividades. Havia reuniões chamadas “Tardes domésticas”, que eram realizadas longe dos adultos, em celeiros, prédios vazios, porões (BARTOLETTI, 2006). Isso porque “a filosofia da Juventude Hitlerista afirmava que jovens devem ser liderados por jovens. [...] [As reuniões] eram dirigidas por líderes pouco mais velhos que os demais participantes” (BARTOLETTI, 2006, p. 30). Nas reuniões os jovens

cantavam, faziam jogos, decoravam frases de propaganda, ouviam palestras e liam folhetos: tudo para aprenderem a ser bons nazistas. As crianças ouviam também programas de rádio especiais para a JH, em aparelhos radiofônicos oficiais chamados Rádio do Povo. Esses aparelhos baratos só sintonizavam nas estações aprovadas pelo Partido Nazista (BARTOLETTI, 2006, p. 31).

Os integrantes da JH aprendiam também, acima de tudo, “a pensar e agir como se fossem uma só pessoa” através das marchas militares e de exercícios que os mais velhos delegavam. Mais do que isso, segundo Bartoletti (2006), deveriam aprender aquilo que os nazistas chamavam de “princípio de liderança”, ou seja, obedecer ao seu líder dentro da JH independente do que fosse. Essa filosofia da liderança começava dentro da JH, mas o intuito era que os jovens declarassem obediência incondicional aos superiores dentro e fora da organização.

2. O ANTISSEMITISMO NA PROPAGANDA DO TERCEIRO REICH

*É a hora em que o sino toca,
mas aqui não há sinos;
há somente buzinas,
sirenes roucas, apitos
aflitos, pungentes, trágicos,
uivando escuro segredo;
desta hora tenho medo.*

(Carlos Drummond de Andrade)

2.1 O Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda

Em 15 de novembro de 1933, Joseph Goebbels, político alemão e apoiador de Hitler, deu uma declaração sobre o que os nazistas estavam fazendo na Alemanha: segundo ele, o que estava acontecendo era uma “revolução”. Essa revolução da qual ele se referia era uma revolução cultural e toda a nação alemã deveria apoiá-la. Para que esse apoio ocorresse com mais facilidade, após a tomada do poder pelos nazistas, Hitler criou, em março de 1933, o Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda, nomeando Goebbels como titular do gabinete (EVANS, 2014). O referido ministério trabalhou incessantemente para mobilizar a população. Aos poucos, a propaganda foi se expandindo para o cinema, música, comícios, eventos e arquitetura. Em 1939, a pasta de Goebbels incluía departamentos de propaganda, a imprensa nacional e estrangeira, a imprensa de periódicos, rádio, cinema, escritores, teatro, música, belas artes e cultura popular (HERF, 2008). Segundo Diehl (1996),

Até mesmo os corpos dos indivíduos são usados como objetos propagandísticos. O corpo passa a ser treinado e disciplinado a fim de espelhar a “perfeição” nacional-socialista. Tudo torna-se passível de conversão propagandística (DIEHL, 1996, p. 82).

O Ministério dirigido por Goebbels buscava mostrar o regime nazista e suas políticas de forma positiva, além de gerar a impressão de que a totalidade da nação alemã apoiava com entusiasmo tudo o que era feito por ele. Para Goebbels, a propaganda deveria cumprir esse papel: ser uma força ativa para unir a população. Welch (1995) afirma que

In the National Socialist State it was not enough simply to tolerate the Government; Goebbels believed that the people needed to be mobilised into a total commitment to the *Völkischer Staat*. Such wholehearted support could be more profitably achieved through ‘creative’ propaganda than through coercion or force of arms ¹⁷(WELCH, 1995, p. 20).

A propaganda nazista veiculava a imagem de um Estado alemão sólido e hierarquicamente organizado, cujo topo era ocupado pela figura do *Führer*. Utilizavam os discursos de Hitler, os megacomícios, os símbolos nazistas para mostrar a população, o Estado e a figura do líder como um todo coeso. Além disso, o Ministério da Propaganda também tinha que coordenar e comandar as apresentações públicas do regime, para que tudo ocorresse da melhor forma possível com o intuito de agradar a população, conseguindo maior apoio das massas. Pois esse apoio, segundo Arendt (1989), é muito importante em um sistema totalitário como o nazismo:

¹⁷ “No Estado Nacional Socialista, não bastava simplesmente tolerar o governo. Goebbels acreditava que as pessoas precisavam ser mobilizadas para um compromisso total com o *Völkischer Staat*. Esse apoio sincero poderia ser mais proveitosamente alcançado através da propaganda ‘criativa’ do que através da coerção ou força de armas” (WELCH, 1995, tradução minha).

(...) os regimes totalitários, enquanto no poder, e os líderes totalitários, enquanto vivos, sempre comandam e baseiam-se no apoio das massas. A ascensão de Hitler ao poder foi legal dentro do sistema majoritário, e ele não poderia ter mantido a liderança de tão grande população (...) se não tivesse contado com a confiança das massas (ARENDR, 1989, p. 356).

Com a criação do Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda, Hitler ficou ainda mais popular, pois este órgão convergiu todas suas ações no intuito de celebrá-lo: nomes de ruas foram trocadas, documentários foram gravados, sendo o líder “retratado como um homem com o qual todos os setores da sociedade alemã podiam se identificar” (EVANS, 2014, p. 153). Foi também nessa época que houve a introdução da saudação alemã – “*Heil Hitler!*” (“Salve, Hitler”) – no cotidiano da população, juntamente com a continência de Hitler, com o braço direito estendido para o alto, que passou a ser compulsória, por decreto, para todos os cidadãos, quando o hino nacional era executado.

Os meios de comunicação também foram muito importantes para a ampliação do apoio da população ao regime nazista. Em 1934, o principal meio de comunicação na Alemanha era o rádio, que começou a ficar popular ainda na República de Weimar. Para englobar uma população ainda maior, os nazistas começaram a produzir aparelhos chamados receptores, que nada mais eram do que rádios mais baratos. Assim, na metade de 1939, mais de 70% dos lares já possuíam um receptor, maior índice de todos os países do mundo (EVANS, 2014). Isso porque Hitler e o Partido Nazista perceberam que a palavra falada era mais efetiva do que a palavra escrita, e pelo rádio o Partido poderia chegar diretamente às massas (NOAKES; PRIDHAM, 1984).

The regime made great efforts to encourage the spread of radio ownership and of listening to the radio. Within months it had arranged with a group of industrialists for the production of cheap radios (...). One-and-a-half million sets were produced during 1933 alone. By 1939 70 per cent of German homes had a radio, three times the number in 1932 and the highest percentage of radio ownership in the world¹⁸ (NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 192).

Essa disseminação do rádio permitiu aos nazistas levarem sua mensagem a lugares que antes se mantinham afastados do mundo político, pois foi com os receptores que muitas famílias do interior ficaram ao alcance da propaganda do governo de modo regular, o que não ocorria antes. E aos que não possuíam rádio ou receptor, encorajados pelo Partido, ouviam

¹⁸ “O regime fez grandes esforços para incentivar o aumento da posse de rádios e de ouvir o rádio. Em poucos meses, havia organizado um grupo de industriais para a produção de rádios baratos (...). Um milhão e meio de aparelhos foram produzidos só em 1933. Em 1939, 70% das casas alemãs tinham um rádio, três vezes mais do que em 1932 e a maior percentagem de propriedade de rádio no mundo” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

coletivamente nas fábricas, escritórios, ou em qualquer outro lugar que possuísse um. Sobre essas “escutas coletivas”, Noakes e Pridham (1984) explicam:

In addition, the regime placed great emphasis on the encouragement of community radio listening in factories, offices, cafés etc. This was not simply in order to reach those who did not possess a radio at home but also because it was believed that the impact of rallies and speeches broadcast on radio would be greater if they were listened to in public where people would be more suggestible than in their familiar home surroundings ¹⁹(NOAKES, PRIDHAM, 1984, p. 192).

Goebbels também fez uso considerável de noticiários e documentários de longa-metragem para ilustrar a superioridade militar alemã e a banalidade da resistência, mas principalmente para reforçar um sentimento de segurança e tranquilidade àqueles que ainda encontravam-se relutantes (WELCH, 1995).

Uma das primeiras medidas que Goebbels tomou em seu Ministério foi a criação da Câmara de Imprensa do Reich, pois dessa forma ele poderia controlar todos os jornais daquela época. Goebbels deixou claro que todos os jornais e revistas deveriam seguir a mesma linha. O Gabinete de Notícias Alemão ditava à imprensa o conteúdo e a maneira como este deveria ser passado para a população, além de como deveria ser interpretado. Portanto, a imprensa não teve mais liberdade de expressão a partir de 1933, situação que ficou mais acentuada nos anos seguintes. Além disso, para que a população realmente tivesse acesso a essas notícias da forma que o regime queria, as pessoas eram ameaçadas e intimidadas para que assinassem os jornais do Partido (EVANS, 2014).

Mesmo com todo o esforço realizado pelo Ministério de Goebbels para que o Partido Nazista fosse bem visto pela população, não se sabia ao certo o que a população realmente pensava. A opinião pública independente não existia no Terceiro Reich, pois era quase que inteiramente produto do Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda. “Not only were there no opinion polls but it was impossible for people to express their views in public with any freedom: the results of elections and plebiscites were rigged; the media were strictly controlled” ²⁰(NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 374). No entanto, é certo que o regime nazista conseguiu criar uma boa imagem do *Führer*, pois sua figura foi associada à resolução de problemas como,

¹⁹ “Além disso, o regime colocou grande ênfase no encorajamento em ouvir coletivamente o rádio nas fábricas, escritórios, cafés, etc. Isso não era apenas para alcançar aqueles que não possuíam um rádio em casa, mas também porque acreditava-se que o impacto dos comícios e discursos transmitidos no rádio seriam maiores se fossem ouvidos em público, onde as pessoas seriam mais sugestíveis do que em seu ambiente familiar” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

²⁰ “Não só não havia pesquisas de opinião, como também era impossível para as pessoas expressarem seus pontos de vista em pública com qualquer liberdade: os resultados e dos plebiscitos eram manipulados; os meios de comunicação eram rigorosamente controlados” (Ibidem, tradução minha).

por exemplo, o desemprego, que assolava a Alemanha no final da República de Weimar. E isso, segundo Noakes e Pridham (1984), foi fundamental para os nazistas, pois

[...] without concrete success Hitler could not have sustained his positive image as Führer. The fact that he was associated with the solving of the unemployment problem and with the restoration of Germany's position as a European power appeared to confirm the message of Goebbels's propaganda.

Within the first two months of the regime Hitler had succeeded in achieving a remarkable position of personal authority in the eyes of large sections of the German people ²¹(NOAKES; PRIDHAM, 1984, p. 376-377).

No ano de 1935 começa o rearmamento do país, ação política deliberada que violava termos do Tratado de Versalhes, dentre os quais constava a proibição da existência de indústrias bélicas. Segundo Hitler, esse foi um dos motivos para o enfraquecimento da Alemanha como nação. Nesse mesmo ano houve a aprovação das leis racistas contra os judeus. Pelas Leis de Nuremberg, como ficaram conhecidas, os judeus não poderiam mais se casar ou manter relações sexuais com pessoas de sangue alemão ou descendentes (LENHARO, 2001). A partir desse momento, os judeus começariam a sofrer inúmeras formas de perseguição e violência, que se intensificaram progressivamente até o fim do Terceiro Reich, em 1945.

2.2 As intencionalidades da propaganda antissemita

A propaganda foi uma estratégia política de grande importância utilizada pelo Partido Nazista para conseguir o apoio das massas, necessário para sua ascensão e permanência no poder. Em um regime totalitário, a propaganda é utilizada para conquistar a massa, pois o líder totalitário precisa do apoio desta para permanecer no poder. Segundo Hannah Arendt (1989):

Somente a rala e a elite podem ser atraídas pelo ímpeto do totalitarismo; as massas têm de ser conquistadas por meio da propaganda. Sob um governo constitucional e havendo liberdade de opinião, os movimentos totalitários que lutam pelo poder podem usar o terror somente até certo ponto e, como qualquer outro partido, necessitam granjear aderentes e parecer plausíveis aos olhos de um público que ainda não está rigorosamente isolado de todas as outras fontes de informação (ARENDR, 1989, p. 390).

Portanto, tendo consciência da importância da propaganda para adquirir o apoio das massas, os nazistas fizeram grande uso desta durante o Terceiro Reich.

²¹ “Sem sucesso concreto, Hitler não poderia ter mantido sua imagem positiva como Führer. O fato de ter sido associado à resolução do problema do desemprego e à restauração da posição da Alemanha como potência europeia pareceu confirmar a mensagem da propaganda de Goebbels. Nos primeiros dois meses do regime, Hitler teve sucesso em alcançar uma posição notável de autoridade pessoal aos olhos de grandes setores do povo alemão” (NOAKES; PRIDHAM, 1984, tradução minha).

Lembrando que muitos alemães saudaram à Hitler, Perosa Júnior (2009) evidencia a importância de notar como a propaganda pode promover o bem ou o mal, dependendo da intenção e da força daqueles que a produzem.

Um exemplo da intenção e da força da propaganda nazista é aquela que o partido utilizou para convencer o povo alemão de que os judeus representavam tudo o que era mal e ruim, exatamente o oposto da representação criada para a raça ariana. Dessa maneira, esse grupo indesejável era excluído do projeto nacionalista, não devendo permanecer no país. Ou, ao menos, era essa a ideia no começo do regime. Nos primeiros anos do Terceiro Reich, a “guerra contra os judeus” não era o principal objetivo do Partido Nazista.

Assim, no início não havia, por parte do Partido Nazista, um projeto de extermínio dos judeus. O objetivo dos nazistas, até o ano de 1941, era apenas a saída dos judeus do Reich. No entanto, a obsessão de Hitler e de parte dos nazistas de libertar o Reich dos judeus acabou levando, após 1941, à perseguição e morte da comunidade judaica que ainda se encontrava na Europa (BURRIN, 1990):

Hitler não subiu ao poder carregando debaixo do braço um dossiê de medidas antijudaicas a serem implementadas segundo um calendário estabelecido de antemão. Todavia, não é de se duvidar que ele já tivesse em mente as grandes linhas de sua ação futura. O partido nazista havia preparado nos anos anteriores um certo número de estudos e projetos. Entre estes, encontravam-se os objetivos básicos óbvios para os dirigentes nazistas e que seriam realizados nos dois anos seguintes: exclusão dos judeus dos empregos públicos, proibição dos casamentos com os alemães, rebaixamento a um *status* de cidadãos de segunda categoria. Certos projetos iam mais longe ainda prevendo a retirada imediata da nacionalidade alemã a todos os judeus, o que permitiria obrigá-los à emigração ou expulsá-los (BURRIN, 1990, p. 38).

A questão antissemita ganhou força e acabou tornando-se um elemento de destaque do regime nazista. Para promover esse ódio ao judeu, que acabou levando ao Holocausto,

[...] a propaganda foi um instrumento de extrema importância, sendo utilizada de diversas formas: cinema, rádio, cartazes, discursos. A ideia do judeu como inimigo foi incorporada e aceita na sociedade alemã e, dessa forma, o preconceito, reclusão e extermínio de milhares de judeus nos anos que compreendem a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foram possíveis através da eficácia da máquina propagandística alemã (BARBOSA, 2016, p. 60).

Antes mesmo do início do regime, o Partido Nazista já colocava a responsabilidade nos judeus da derrota na Primeira Guerra Mundial, do Tratado de Versalhes e tudo aquilo que prejudicava a Alemanha. Inclusive, a partir de 1939, começaram a propagar a mensagem de que “World War II was a ‘Jewish War’ against Germany”²² (HERF, 2005, p. 59).

²² “Segunda Guerra Mundial era uma ‘Guerra Judaica’ contra a Alemanha” (HERF, 2005, tradução minha).

En los primeros años, Hitler denunció a los judíos diciendo que eran un elemento extraño a la nación alemana y también la causa de los problemas de Alemania, desde la derrota militar hasta la Depresión. Pero recién el 30 de enero de 1939 amenazó públicamente con exterminar a los judíos²³ (HERF, 2008, p. 19).

A “Jewish War” – Guerra Judaica – como o Partido Nazista passou a designar, “was a key theme of dozens of propaganda essays, pamphlets, and pseudo-scholarly book-length works emerging from the Ministry of Propaganda and antisemitic ‘research institutes’”²⁴ (HERF, 2005, p 52). Essa propaganda divulgou a inocência e indignação da Alemanha e inverteu a relação entre os judeus e a nação: “Alemania era la víctima inocente; la comunidad judia era todopoderosa”²⁵ (HERF, 2008, p. 21).

Além de colocar toda a responsabilidade nos judeus, o Partido Nazista também disseminou a ideia, através da propaganda, de que a comunidade judaica queria “destruir a raça aariana e dominar o mundo” (BARBOSA, 2016, p. 60). O antissemitismo, portanto, acabou tornando-se um dos principais elementos da política vigente no Terceiro Reich (BARBOSA, 2016).

É importante ressaltar, no entanto, que o antissemitismo não se fez presente apenas durante o regime nazista na Alemanha. Afinal, segundo Chiavenato (1985), o antissemitismo não existe apenas em um único momento, ele é construído ao longo do tempo:

Não existe o anti-semitismo pelo anti-semitismo. Ninguém “odeia” os judeus se não o mandam odiar: ou pelos condicionamentos históricos, políticos ou sociais, ou pelo fanatismo religioso acumulado há séculos. Não há anti-semitismo “puro”, “autêntico” ou “espontâneo” (CHIAVENATO, 1985, p. 123).

Como mencionado no capítulo anterior, assim como o nacionalismo, o antissemitismo já estava presente em parte da sociedade alemã antes de Hitler chegar ao poder, o Partido Nazista apenas precisou cultivá-lo. Na Alemanha, os judeus passaram a viver nos grandes centros, e estabeleceram uma identidade cultural, desenvolvendo-se “na troca de experiências artísticas e científicas, o que também fortalece os preconceitos de que eles são exclusivistas” (CHIAVENATO, 1985, p. 133). Começam, então, a ser vistos como “subversivos natos, promotores da revolução e da desordem”. Não apenas a burguesia sente-se incomodada, mas agora também os intelectuais, como afirma Chiavenato (1985):

²³ “Nos primeiros anos, Hitler denunciou os judeus dizendo que eram um elemento estranho para a nação alemã e também a causa dos problemas da Alemanha, desde a derrota militar até a Depressão. Mas em 30 de janeiro de 1939, ele ameaçou publicamente exterminar os judeus” (HERF, 2008, tradução minha).

²⁴ “foi um tema-chave de dezenas de composições de propaganda, panfletos e trabalhos pseudo-acadêmicos do tamanho de livros provenientes do Ministério da Propaganda e dos ‘institutos de pesquisa’ antissemitas” (Id, 2005, tradução minha).

²⁵ “A Alemanha era a vítima inocente; a comunidade judaica era toda poderosa” (Id, 2008, tradução minha).

A intelectualidade alemã é tradicionalmente nacionalista e vê no revolucionarismo internacional desses líderes judeus [Rosa Luxemburgo, Gustav Laundauer, Kurt Eisner, entre outros] a semente de uma ‘traição’ ou conspiração mundial contra a Alemanha. [...] A soma disso vai ser utilíssima ao nazismo: quando Hitler promove o extermínio, a opinião pública, se não está decididamente ao seu lado, pelo menos fica anestesiada com o que acontece aos judeus (CHIAVENATO, 1985, p. 133-134).

Para se ter uma ideia, um dos maiores filósofos alemães, Johann Gottlieb Fichte (1762-1814), achava que os judeus só não deveriam ser perseguidos caso estes reivindicassem somente os direitos humanos para sua sobrevivência, ou seja, não passar frio ou fome; não poderiam, segundo o filósofo, ter nenhum direito político. Fichte acreditava que os judeus ameaçavam a unidade nacional alemã e alegava que “the Jews alone are citizens of a state within a state which is more secure and powerful than any of yours²⁶” (FICHTE *apud* MCGOEBBELS, s.d., p. 13). No ano de 1809, Fichte foi nomeado reitor da Universidade de Berlim, onde liderou o movimento nacionalista dos estudantes; foi um dos fundadores do nacionalismo alemão. Fichte, assim como os nazistas o fariam muitos anos depois, acreditava na superioridade tanto racial quanto intelectual dos alemães.

Em 1879, Heinrich von Treitschke, professor de história da Universidade de Berlim, publicou um artigo intitulado *Os Judeus são nossa desgraça*, onde afirmava que o judeu não possuía utilidade para o mundo. Para ele, o patriotismo era o valor mais importante e a guerra era não apenas necessária, mas também nobre. Ele acreditava que, caso a Alemanha aproveitasse as oportunidades que surgiam, assumiria a superioridade absoluta mundial (MACMILLAN, 2014).

Outro intelectual que influenciou os nazistas e foi utilizado por eles para justificar suas ideias foi Oswald Spengler. Ele dizia que “a Alemanha é a terra decisiva para o mundo” e o povo alemão possuía o “instinto inquebrantável da raça” (SPLENGER, s.d. *apud* CHIAVENATO, 1985, p. 135).

No ano de 1879 surgiu na Alemanha a Liga Antissemita, que conseguiu reunir 255 mil assinaturas para a cassação dos direitos políticos dos judeus. Segundo Chiavenato (1985), haviam diversas instituições antissemitas em todo o país, antes mesmo de o Estado começar a lidar diretamente com os judeus:

Em 1870, a Sociedade Ernst Schmeitzner para a Proteção dos Artesãos e Comerciantes desenvolvia um programa de agressão aos judeus. Em 1879 surgiu a Liga Anti-semita de Wilhelm Marr. Em Dresden, em 1882, reuniu-se o Primeiro Congresso Internacional Antijudaico, com representantes alemães, húngaros e austríacos. Ali foi fundada uma Aliança Antijudaica Universal e marcado o segundo

²⁶ “Os judeus sozinhos são cidadãos de um estado dentro de um estado, que é mais seguro e poderoso do que qualquer um dos seus” (FICHTE *apud* MCGOEBBELS, s.d., tradução minha).

congresso para o ano seguinte, que teve também a participação de russos, franceses, servios e romenos (CHIAVENATO, 1985, p. 138).

Em 1886, surgiram novos partidos e líderes antissemitas. Foi fundado o Partido Antissemita do Povo, que passou a chamar-se Partido Alemão Social em 1893. Neste mesmo ano o Parlamento já contava com dezesseis deputados antissemitas, “formando um coeso grupo racista” (CHIAVENATO, 1985, p. 138).

O antissemitismo alemão ganhou ainda mais força logo após a Primeira Guerra Mundial, quando os alemães passaram a responsabilizar os judeus pela derrota da Guerra. O Partido Nazista soube aproveitar esse antissemitismo para seu próprio benefício anos mais tarde, responsabilizando os judeus também pela Segunda Guerra Mundial, enquanto esta estava ocorrendo, trazendo ainda mais adeptos do nazismo com sua propaganda (figuras 6 e 7). Na figura 6, por exemplo, um cartaz criado por propagandistas nazistas em 1943 mostra uma mão apontando um judeu, identificado pela fisionomia estereotipada e a estrela de uso obrigatório para os judeus. A frase “Ele é o culpado da Guerra!” mostra que a mão faz não apenas o papel de mostrar que os judeus são os culpados, mas também de julgá-los.

Figura 6 – “Ele é o culpado da Guerra!”. Cartaz criado pelo Ministério da Propaganda em 1943.



Fonte: HERF, 2008.

Na figura 7, outro cartaz criado em 1943 também mostra um homem com características estereotipadas de um judeu, formado por fogo e fumaça, representando a Guerra. O judeu encontra-se atrás de uma cortina, para representar a conspiração internacional judaica. À frente, mãos com punho cerrado, símbolo de força e resistência.

Figura 7 – “Os Judeus: Instigadores da Guerra, prolongadores da Guerra”. Cartaz criado pelo Ministério da Propaganda em 1943.



Fonte: HERF, 2008.

Hitler “interpretou a derrota [da Primeira Guerra] como o resultado de uma guerra travada impiedosamente pelos judeus”, uma guerra “ao mesmo tempo interna e externa” (BURRIN, 1990, p. 24). Essa ideia passaria a mover o antissemitismo do Partido Nazista alguns anos mais tarde. Eles acreditavam e transmitiam para a população que os judeus, no exterior,

havia provocado o ódio contra os alemães e induzido todos os outros países para a Segunda Guerra (figura 8). E, no interior da Alemanha, os judeus “havia se apoderado dos comandos da economia e convocado os operários para a revolução” e, portanto, eles eram os “responsáveis pela derrota e pela ‘escravidão’ imposta pelo Tratado de Versalhes” (BURRIN, 1990, p. 24). É possível observar, na figura 8, uma propaganda em um cartaz criado pelo Ministério da Propaganda também no ano de 1943 para passar para a população essa ideia de que os judeus haviam induzido outros países para a Segunda Guerra: a imagem mostra um judeu estereotipado, controlando as forças Aliadas, representadas na imagem pelas bandeiras inglesa, americana e soviética. O judeu aparece junto às bandeiras, escondido logo atrás, como se estivesse observando através delas.

Figura 8 – “Por trás das forças inimigas: o Judeu”. Cartaz criado pelo Ministério da Propaganda em 1943.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/nazi-propaganda>>. Acesso em: 11 mai. 2018.

É interessante notar que a propaganda nazista no começo da Segunda Guerra Mundial é muito diferente do que os propagandistas passaram a criar no final da Guerra. No começo, colocar a culpa nos judeus era o principal objetivo da propaganda, pois assim o Partido Nazista possuía mais chances de convencer a população de que judeu era sinônimo de problema. No final da Guerra, no entanto, a propaganda mudou seu curso: os esforços passaram a ser dirigidos para reunir a população para a defesa da Alemanha (figura 9).

Figura 9 – “Uma linha de frente em Frankfurt será realizada!”. Cartaz criado pelo Ministério da Propaganda em 1945.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/propaganda/archive/post-hold-frankfurt/>>. Acesso em: 11 mai. 2018.

Nos últimos meses da Guerra, Hitler declarou que Frankfurt deveria ser defendida dos ataques Aliados a todo custo. Na figura 9 é possível ver um exemplo de propaganda criada nesse último momento da Segunda Guerra, em 1945. O cartaz mostra uma família, pai, mãe e filho, em cima de escombros, mas mostrando-se firmes, lutando com ferramentas que estavam ao seu alcance (o pai segura um martelo, o filho uma picareta). O pai carrega, à frente, a bandeira do Partido Nazista, e as cores utilizadas no cartaz são as mesmas do Partido: vermelho, branco e preto. Esse tipo de propaganda foi utilizado para aflorar o sentimento nacionalista nos alemães e adquirir um maior apoio destes para defender seu país na Guerra.

Sobre a “conspiração mundial judaica” que o Partido Nazista incansavelmente afirmava ocorrer, Hannah Arendt (1989) afirma que

A propaganda totalitária transformou a suposição de uma conspiração mundial judaica de assunto discutível que era, em principal elemento da realidade nazista; o fato é que os nazistas *agiam* como se o mundo fosse dominado pelos judeus e precisasse de uma contraconspiração para se defender (ARENDR, 1989, p. 412, grifo do autor).

Agindo dessa forma, os nazistas conseguiam mais facilmente fazer com que as massas acreditassem que tal conspiração estava realmente ocorrendo e, portanto, os judeus eram, como afirmavam os nazistas, culpados. É possível perceber, assim, que a propaganda totalitária é superior em comparação com a de outros partidos e movimentos, pois

[...] o seu conteúdo, pelo menos para os membros do movimento, não é mais uma questão objetiva a respeito da qual as pessoas possam ter opiniões, mas tornou-se parte tão real e intocável de sua vida como as regras da aritmética. [...] Na Alemanha nazista, duvidar da validade do racismo e do anti-semitismo, quando nada importava senão a origem racial, quando uma carreira dependia de uma fisionomia “ariana” (Himmler [comandante da SS] costumava selecionar os candidatos à SS por fotografias) e a quantidade de comida que cabia a uma pessoa dependia do número dos seus avós judeus, era como colocar em dúvida a própria existência do mundo (ARENDR, 1989, p. 412).

O clímax do antissemitismo nazista ocorreu quando os judeus perderam tanto suas funções públicas como sua influência, e restou apenas sua riqueza. Esta última, no entanto, também não durou muito tempo: após Hitler assumir o poder, os bancos, onde os judeus ocuparam posições importantes por mais de cem anos, foram “desjudaizados”, e a comunidade judaica da Alemanha começou a declinar rapidamente (ARENDR, 1989).

Segundo Hitler e diversos integrantes do Partido Nazista, os judeus “[...] formavam uma raça parasita que explorava o trabalho dos povos entre os quais se haviam instalado; uma raça por natureza destruidora, incapaz de construir seu próprio Estado; uma raça cujas atividades visavam a dominação do mundo” (BURRIN, 1990, p. 19-20).

Portanto, sendo os judeus, segundo grande parte do Partido Nazista, os causadores de todos os problemas da Alemanha e também exploradores da raça ariana, a solução do “problema judaico” ajudaria a fortalecer a nação alemã (BURRIN, 1990). No entanto, isso só seria possível com o apoio da massa. Sabendo disso, o Partido utilizou-se da propaganda antissemita buscando a aceitação, senão de toda, ao menos de grande parte da população alemã no que diz respeito à questão judaica.

Na condição de ministro de uma pasta central no projeto nazista, Goebbels comandava toda a propaganda do Terceiro Reich. Seu ministério fomentou a visão de que os judeus eram como “vermes”, “piolhos” que possuíam “uma inferioridade natural, que precisa ser expurgada da nova Alemanha” (CHIAVENATO, 1985, p. 153). Goebbels foi uma peça significativa nas campanhas antissemitas, mas é importante nos atentarmos ao fato de que ele não controlava sozinho a imprensa. Otto Dietrich, chefe de Imprensa do Reich de 1937 a 1945, acabou sendo, juntamente com Goebbels, um líder nazista muito importante com relação à propaganda. Entre os anos de 1938 e começo de 1945, “Dietrich fue jefe da Prensa del Reich, secretario de Estado del Departamento de Prensa del Ministerio de Propaganda y presidente de la Cámara de Prensa del Reich”²⁷ (HERF, 2008, p. 42). Juntos, Goebbels e Dietrich utilizavam a “tática de convencimento em massa” para que a população “compreendesse as acusações de conspiração judaica e aceitasse as justificativas para o extermínio” (BARBOSA, 2016, p. 61).

A propaganda no Terceiro Reich era intensiva e “preparava ideologicamente o povo alemão para as medidas anti-semitas que iam sendo postas em prática” (CHIAVENATO, 1985, p. 155). Um dos meios mais utilizado para divulgar a propaganda antissemita foi o recurso de jornais-murais, que eram

[...] afixados em locais urbanos de fluxo contínuo das massas para tentar incorporar a informação de forma eficaz através da combinação de slogans e imagens. Esses cartazes eram a principal forma de propaganda, pois entendia-se que o leitor não tinha a escolha de ler ou não o cartaz, pois eles estavam em todos os locais e faziam parte do cenário cotidiano sendo de qualquer maneira confrontados nos cafés, meios de transporte, praças, escritórios. Como alvo o judeu acusado de todas as mazelas sofridas pelo povo alemão, além de conspirarem contra a nação a fim de destruí-la. Esses eram os discursos apresentados na propaganda e cabia ao cidadão alemão ‘de bem’ defender-se dessa ‘praga’ (BARBOSA, 2016, p. 61).

Esse tipo de propaganda, portanto, era de fácil acesso para a massa, o que contribuiu para o convencimento e a formação de opinião antissemita em grande parte da população alemã. O Partido Nazista criou e utilizou, principalmente a partir de 1941, uma campanha de terror

²⁷ “Dietrich foi chefe da Imprensa do Reich, secretário de Estado do Departamento de Imprensa do Ministério de Propaganda e presidente da Câmara de Imprensa do Reich” (HERF, 2008, tradução minha).

dirigida contra os judeus; isso porque “o estabelecimento de um regime totalitário requer a apresentação do terror como instrumento necessário para a realização de uma ideologia específica, e essa ideologia deve obter a adesão de muitos, até mesmo da maioria, antes que o terror possa ser estabelecido” (ARENDR, 1989, p. 25).

Esse terror aparecia de diversos meios. Em 1935, por exemplo, por toda a Alemanha, já ocorriam boicotes aos comerciantes judeus, além da proibição destes de ingressar em estabelecimentos públicos e a exigência, pelo Partido, de que todos os estabelecimentos judeus utilizassem uma marca distintiva (BURRIN, 1990). O Partido Nazista, com essas medidas, tinha a intenção de dificultar a vida dos judeus na Alemanha. Isso porque, como já colocado, o objetivo dos nazistas, a curto prazo, era a emigração de todos os judeus do país. Os nazistas acreditavam que uma Alemanha (e posteriormente, uma Europa) ideal era uma Alemanha sem judeus. Hannah Arendt (1989) nos explica que

A propaganda totalitária cria um mundo fictício capaz de competir com o mundo real, cuja principal desvantagem é não ser lógico, coerente, organizado. A coerência da ficção e o rigor organizacional permitem que a generalização sobreviva ao desmascaramento de certas mentiras mais específicas (ARENDR, 1989, p. 412).

Assim, o Partido Nazista criava propagandas que mostravam à massa que o mundo real, aquele que os judeus queriam dominar, que mantinham uma conspiração mundial e causavam guerras, não era coerente. Era preciso mudar, transformar esse “mundo real” em um mundo que o Partido acreditava ser o ideal, onde os judeus não existissem.

Além dos jornais-murais, outro tipo de veículo muito utilizado pelo Partido Nazista para divulgar sua propaganda antissemita foram os jornais diários; entre eles, talvez o mais importante tenha sido o *Der Völkischer Beobachter* (figura 10), o jornal oficial nacional do Partido e do regime nazista. O jornal foi fundado em 1920, anos antes de Hitler assumir o poder, e em 1923 Alfred Rosenberg, um dos principais ideólogos antissemitas do Partido, tornou-se seu editor. *Der Völkischer Beobachter* “era un diario hecho por y para quienes creían en las ideas nazis y para cualquiera que quisiera saber cuál era la política oficial del régimen”²⁸ (HERF, 2008, p. 45). De 1939 a 1945 foram publicadas mais de duas mil edições diárias do jornal; destas, oitenta e quatro apresentaram, na primeira página, artigos inspirados no antissemitismo radical do regime (HERF, 2008).

²⁸ “Era um jornal feito por e para aquelas que acreditavam nas ideias nazistas e para quem queria saber qual era a política oficial do regime” (HERF, 2008, tradução minha).

Figura 10 – Jornal *Der Völkischer Beobachter* publicado em Berlim, no ano de 1935. No título da matéria, em negrito, pode-se ler: “As Leis de Nuremberg”.

Berliner Ausgabe / Ausgabe A
 259. Jahrgang • 48. Jahrgang • 15. Pf. für Berlin u. Nordsee
 Berlin, Montag, 16. September 1935

VÖLKISCHER BEOBTACHTER

Kampfblatt der national-sozialistischen Bewegung Großdeutschlands

Die Gesetze von Nürnberg

Grundlegende Programmforderungen der N.S.D.A.P. auf der Nürnberger Reichstagsführung erfüllt

Der Sonntag des Reichsparteitages
 der Nürnberger Schriftleitung des V. B.

Am 15. September nahm der Reichstag in Nürnberg nach der großen Arbeit des Führers folgende drei Gesetze an:

Reichsflaggengesetz

Nürnberg, 15. September.

Zur Erklärung sei einleitend das folgende Gesetz beizufügen, das hiermit verkündet wird:

Artikel 1. Die Reichsflagge hat die Farben Schwarz, Weiß und Rot in der Reihenfolge Schwarz-Weiß-Rot.

Artikel 2. Die Reichsflagge ist die Flagge der Reichspartei und der Reichsbehörden.

Artikel 3. Der Reichsminister des Innern erläßt, soweit nicht die Reichsregierung anders anordnet, die Anordnungen über die Führung der Reichsflagge.

Artikel 4. Dieses Gesetz tritt am Tage nach der Verkündung in Kraft.

Nürnberg, 15. September 1935.

Zur Führung und Aufrechterhaltung der Reichsflagge wird die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen.

Gesetz über das Reichsbürgerrecht

Nürnberg, 15. September 1935.

Zur Führung und Aufrechterhaltung des Reichsbürgerrechts wird die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen.

Mit dem Tusch der Blutflagge weihte der Führer 36 Standarten

Gesetz zum Schutze des deutschen Blutes und der deutschen Ehre

Verordnungen von der Reichsregierung, daß die Reichsregierung die deutsche Ehre zu schützen hat, und die Reichsregierung die deutsche Ehre zu schützen hat, und die Reichsregierung die deutsche Ehre zu schützen hat.

Artikel 1. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 2. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 3. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 4. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 5. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 6. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 7. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 8. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 9. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 10. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 11. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 12. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 13. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 14. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 15. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 16. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 17. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 18. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 19. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 20. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 21. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 22. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 23. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 24. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 25. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 26. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 27. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 28. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 29. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 30. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 31. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 32. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 33. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 34. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 35. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Artikel 36. Die Reichsregierung ermächtigt, die notwendigen Anordnungen zu erlassen, um die deutsche Ehre zu schützen.

Fonte: gettyimages.com

Após as Leis de Nuremberg serem divulgadas, em 1935, as propagandas antisemitas ganharam mais força, e Rosenberg acabou não apenas sendo editor do diário *Der Völkischer Beobachter*, mas também fundou, em 1939, o Institut zum Studium der Judenfrage (Instituto para o Estudo da Questão Judaica), onde “cientistas” criavam “teorias para explicar a inferioridade racial dos judeus” (CHIAVENATO, 1985, p. 158). Rosenberg, juntamente com Goebbels, enviou às escolas e instituições de ensino superior professores especializados para explicar aos alunos as teorias raciais, além de como impor a “supremacia ariana dos alemães”. O Instituto também,

Desde 1939 supervisó el robo de libros, archivos y objetos muy preciados de bibliotecas judías e instituciones religiosas en la Europa ocupada por los nazis. En noviembre de 1939, después de la firma del pacto de no agresión, se formó una oficina de Antisemitische Aktion (Acción Antisemita) [...]. En las oficinas de Antisemitische

Aktion se editó y publicó *Die Judenfrage (La Cuestión Judía)*, un diario quincenal muy importante para las campañas antisemitas²⁹ (HERF, 2008, p. 46).

O jornal *Die Judenfrage* se concentrava em temas como: os judeus como raça, o impacto nacional e internacional dos judeus na vida econômica, política e cultural das nações modernas, além da tarefa de despertar oposição do povo contra os judeus e estimular o antissemitismo nos alemães e estrangeiros. É importante notar que não apenas o jornal *Die Judenfrage*, mas toda a imprensa alemã não publicou nada sobre os campos de extermínio. Essa falta de informação para a população foi considerada uma “conquista” para líderes nazistas, principalmente Dietrich e Goebbels. A imprensa incentivava o Partido Nazista, enquanto escondia o genocídio de milhões de civis, além das perdas militares alemãs (HERF, 2008), tudo para conquistar a população e fazê-la apoiar o Partido e suas decisões.

A propaganda antissemita também chegou em forma de educação para as crianças e jovens. Nas universidades, por exemplo, “o judaísmo passou a ser matéria privilegiada, condicionando-se jovens intelectuais às idéias nazistas” (CHIAVENATO, 1985, p. 158). Além disso, professores alemães receberam um manual de antissemitismo, e até mesmo a história foi reescrita para que apresentasse a “maldade judaica” como a causa de todo o mal e tragédias do mundo. No entanto, o antissemitismo chegou às universidades não apenas na forma de propaganda, mas também na prática: estudantes judeus começaram a ser expulsos da faculdade. Em 1923/24, os estudantes judeus de medicina chegavam a 30,2% do total de alunos. Já em 1935/36, esse percentual havia baixado para 13,8% (CHIAVENATO, 1985).

Mas o Partido Nazista tentou introduzir e cultivar o antissemitismo na vida dos alemães muito antes da universidade. Logo que as crianças completavam seis anos de idade, já começavam a aprender sobre a “superioridade da raça ariana e os valores intrínsecos aos genes dos alemães nas escolas” (MONTEIRO, 2013, p. 32). No entanto, a propaganda antissemita voltada para essa idade acabou sendo muito complexa e abstrata, principalmente pela pouca relação direta com o contexto das crianças e jovens. Isso porque o número de judeus nas cidades era muito inferior ao resto da população quando o Partido Nazista assumiu o poder, diminuindo ainda mais após 1935 e as Leis de Nuremberg.

²⁹ “Desde 1939, supervisionou o roubo de livros, arquivos e objetos preciosos de bibliotecas judias e instituições religiosas na Europa ocupada pelos nazistas. Em novembro de 1939, após a assinatura do pacto de não agressão, foi formado um escritório de Antisemitische Aktion (Ação Antissemita) [...]. Nos escritórios de Ação Antissemita foi editado e publicado *Die Judenfrage (A Questão Judaica)*, um jornal quincenal muito importante para as campanhas antisemitas” (HERF, 2008, tradução minha).

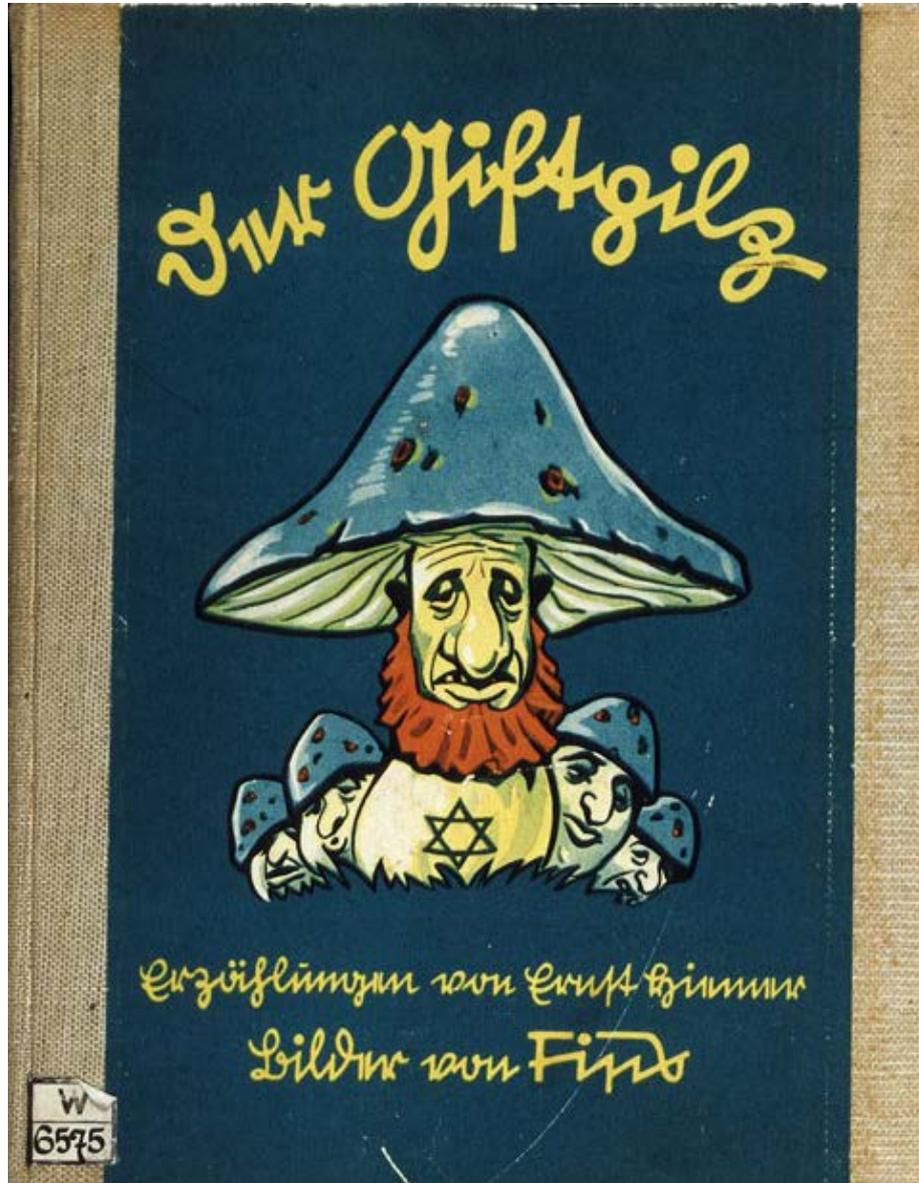
De fato, era difícil para o Partido Nazista divulgar a propaganda antissemita para crianças e jovens alemães sem que mostrasse, por um lado, algo impróprio para essa idade, ou, por outro lado, fosse muito abstrata para que compreendessem. Segundo Monteiro (2013),

A abordagem da propaganda, portanto, deveria ser cautelosa com relação ao tema, mas ainda assim deveria afirmá-lo com persistência e intensidade tanto nas escolas quanto na JH, se referindo ao perigo dos judeus e às questões de pureza racial e genéticas. Um dos elementos mais relevantes na doutrinação das crianças neste campo foram os livros infantis escritos por, ou sob a supervisão de, Julius Streicher, editor do jornal *Der Stürmer* e considerado um dos maiores propagandistas do antissemitismo no nazismo (MONTEIRO, 2013, p. 34).

É possível notar, portanto, que o Partido Nazista tinha o intuito de englobar o maior número de pessoas em sua propaganda antissemita. A melhor forma que encontraram para atingir o público infantil foi a divulgação através de cartilhas e de livros de histórias infantis, pois ambos utilizavam “narrativas e ilustrações mais adequadas para o pensamento infantil do que a complexidade da doutrinação voltada aos adultos”, com “argumentos mais simples, ilustrativos, e relacionados com simples acontecimentos” (MONTEIRO, 2013, p. 34).

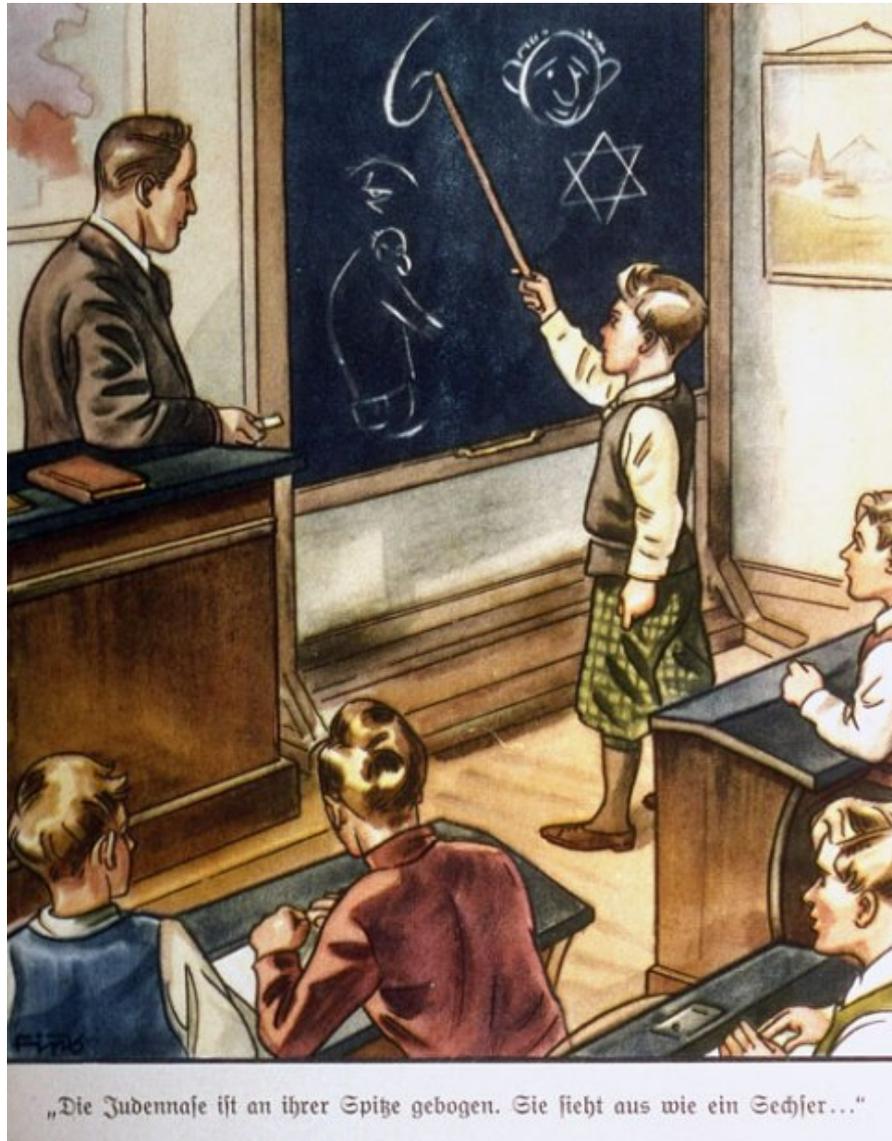
Com a literatura infantil, a propaganda nazista acabou fazendo parte do cotidiano das crianças. Uma carta enviada pelas crianças do Lar da Juventude Nacional Socialista ao jornal *Der Stürmer*, publicada no dia 14 de abril de 1936, mostra essa realidade. Na carta, as crianças afirmam que possuem, em sua sala de aula, um mural onde colocam figuras tiradas do próprio jornal: “Assim podem os meninos e meninas inteirar-se exatamente do aspecto exterior do judeu”. Também, segundo elas, havia, aos sábados, um teatro de marionetes onde aparecia “um boneco que parece um judeu de verdade. Tem um nariz como um demônio” (CHIAVENATO, 1985, p. 154). O antissemitismo, portanto, também encontrava-se fortemente presente na literatura infantil, como podemos perceber nas figuras 11 e 12. A primeira mostra a capa do livro “O Cogumelo Venenoso” (tradução do inglês), onde há cinco cogumelos com rosto de pessoas, sendo que um deles, que encontra-se ao centro e em primeiro plano, é diferente dos demais, com barba, um rosto estereotipado. Além disso, ele parece cansado e possui uma estrela de Davi estampada para representar um judeu; é o único cogumelo com uma cor amarelada, remetendo, juntamente com a feição cansada, às doenças que os nazistas afirmavam que os judeus possuíam. Já a figura 12, uma ilustração do próprio livro, mostra uma sala de aula com alunos desenhados com características muito diferentes daquelas usadas para representar os judeus: todos são loiros e esguios, com traços perfeitos. Um dos alunos encontra-se na frente da sala, onde há uma lousa com alguns desenhos, como um rosto estereotipado de um judeu e uma estrela de Davi. O aluno está mostrando o número 6 desenhado na lousa e no final da página pode-se ler: “o nariz dos judeus é entortado na ponta. Ele se parece com o número 6”.

Figura 11 – Capa do livro “O Cogumelo Venenoso”, escrito por Ernst Hiemer, ilustrado pelo caricaturista alemão Fips (pseudônimo de Philipp Rupprecht) e publicado pela editora de Julius Streicher em 1938.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/cover-poisonous-mushroom/>. Acesso em: 11 mai. 2018.

Figura 12 – Página do livro “O Cogumelo Venenoso”, publicado pela editora do nazista Julius Streicher em 1938. O texto diz: “O nariz dos judeus é entortado na ponta. Ele se parece com o número 6”.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: https://www.ushmm.org/wlc/en/media_ph.php?ModuleId=10007820&MediaId=7400. Acesso em: 11 mai. 2018.

É possível observar outro exemplo na figura 13, capa do livro infantil “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato” (traduzido do inglês), de 1936, e também nas figuras 12 e 13. A ilustração da figura 13 mostra, no canto inferior esquerdo, uma raposa em um mato; no canto superior direito há um homem estereotipado, com um nariz grande

e curvado, além de uma estrela de Davi, usada somente pelos judeus; o homem aparece com a mão na posição usada para se fazer um juramento.

Figura 13 – Capa do livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”, escrito por Elvira Bauer e publicado em 1936 em Nuremberg, Alemanha.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: https://www.ushmm.org/wlc/ptbr/media_ph.php?ModuleId=10005175&MediaId=521. Acesso em: 11 mai. 2018.

Na figura 14, ilustração do livro citado, é possível ver crianças atentas lendo o jornal *Der Stürmer*, onde está escrito, nos títulos em vermelho, “Judeus são nossa desgraça” e “Como o Judeu engana”, enquanto três homens com roupas escuras, com características físicas que os nazistas diziam pertencer apenas aos judeus (como o nariz grande e curvado), conversam entre si, de costas para o jornal. Ao lado deles, três corvos encontram-se nas mesmas posições. O

significado dos corvos é muito importante na ilustração, pois essa ave, para os cristãos europeus, era a antítese da pomba branca e simbolizava o mal, a morte, os pecados.

Figura 14 – Ilustração do livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”, escrito por Elvira Bauer e publicado em 1936.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: https://www.ushmm.org/wlc/en/media_ph.php?ModuleId=10005202&MediaId=606. Acesso em: 13 mai. 2018.

Outra ilustração do livro, a figura 15 mostra um local de lazer em um campo, com um lago e um parque ao fundo, onde há diversas crianças brincando. No primeiro plano, uma família de judeus, sempre representados pelas fisionomias estereotipadas, parecendo espantados enquanto leem uma placa onde está escrito “Judeus não são bem-vindos aqui!”

Figura 15 – Página do livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”, escrito por Elvira Bauer e publicado em 1936.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: https://www.ushmm.org/wlc/en/media_ph.php?ModuleId=10005175&MediaId=605. Acesso em: 13 mai. 2018.

Na figura 16, ilustração também pertencente ao livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”, podemos ver claramente, em comparação com as figuras 13, 14 e 15, a diferença dos traços em que as crianças arianas eram representadas. Diferentemente dos judeus, que são, em sua grande maioria, representados com cabelos pretos e características físicas muito peculiares (como a feição brava, o nariz grande e curvado), as crianças da JH são todas loiras, aparentam estar felizes, utilizam roupas iguais e marcham todas em um só ritmo, como se fossem um único corpo, representando a união que o Partido Nazista almejava. Esse tipo físico “ariano” e essa ideia de união já fazia parte dos ideais nazistas, segundo Arendt (1989), mesmo antes da ascensão do Partido ao poder:

[...] Hitler, já em 1929, via a ‘grandeza’ do movimento no fato de que 60 mil homens ‘pareciam quase uma só unidade, que realmente esses membros são uniformes não apenas nas idéias, mas até a expressão facial é quase a mesma. Vejam esses olhos

sorridentes, esse entusiasmo fanático, e ficarão sabendo (...) como 100 mil homens num movimento podem tornar-se um só” (HEIDEN *apud* ARENDT, 1989, p. 468).

Figura 16 – Ilustração do livro “Confie tanto no juramento de um Judeu quanto em uma raposa no mato”, escrito por Elvira Bauer e publicado em 1936.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/page-antisemitic-childs-book/>. Acesso em: 28 mai. 2018.

Outro meio muito utilizado pelos nazistas para transmitir sua propaganda antisemita foi, como mencionado no primeiro capítulo, o rádio. Quando Goebbels foi nomeado Ministro da Propaganda, em 1933, o sistema de rádio já era comandado pelo Estado desde 1925, através da Companhia de Rádio do Reich; e desde o momento que Goebbels assumiu o poder, percebeu o grande potencial propagandístico do rádio. Welch (1995) afirma que,

[...] on 15 March 1933, Goebbels had revealed that the radio would have the responsibility of bringing the people closer to the National Socialist State (...). Goebbels clearly saw in radio an instrument not only to create uniformity, but also to guide public opinion towards the Nazi concept of ‘national community’ as the

ideological obverse to the class conflict that had been such a feature of Weimar politics³⁰ (WELCH, 1995, p. 38-39).

Como vimos no capítulo anterior, o Partido Nazista começou a produzir o *Volksempfänger* (rádio do povo), um receptor, mais barato que o rádio, para que uma maior parte da população pudesse ter acesso aos discursos do *Führer* e de outros oficiais do Partido Nazista (figura 17). “The ‘people’s radio’ was heavily subsidised so that it would be affordable to all workers³¹” (WELCH, 1995, p. 41). Em 1936, a produção do receptor já chegava a seis milhões de unidades (SILVA; MEDEIROS; VIANNA, 2015).

Figura 17 – Anúncio, criado em 1936 pelo Ministério da Propaganda, do receptor, que só captava transmissões de estações domésticas, onde pode-se ler: “Toda a Alemanha ouve o *Führer* com o Receptor do Povo”.



Fonte: EVANS, 2014.

³⁰ “Em 15 de março de 1933, Goebbels revelou que o rádio teria a responsabilidade de aproximar as pessoas ao Estado Nacional Socialista. Goebbels claramente viu no rádio um instrumento não só para criar uniformidade, mas também para guiar a opinião pública no que diz respeito ao conceito nazista de ‘comunidade nacional’ como a ideologia contrária ao conflito de classe que havia sido tão característica da política de Weimar” (WELCH, 1995, tradução minha).

³¹ “O ‘rádio do povo’ foi fortemente subsidiado, para que fosse acessível para todos os trabalhadores” (Ibidem, tradução minha).

Para aumentar o número de ouvintes, filiais locais do Partido Nazista foram incentivadas a organizar escutas comunitárias ao rádio, chamadas de “Momentos Nacionais”. Assim, sempre que um discurso de um líder nazista ou qualquer anúncio importante fosse ocorrer, aconteciam também os Momentos Nacionais, sendo para isso imposta a obrigatoriedade de instalação de alto-falantes em praças públicas, escolas, fábricas, restaurantes, escritórios. Também surgiu a figura do “Guarda de Rádio”, cujo trabalho era verificar se a instalação estava sendo feita, e se os Momentos Nacionais estavam de fato ocorrendo (SILVA; MEDEIROS; VIANNA, 2015). Antes de começar qualquer anúncio ou discurso, “sirens would howl and professional life throughout the nation would stop for the duration of the ‘community reception’ in an effort to persuade the individual citizen to identify with the nation³²” (WELCH, 1995, p. 42).

Em diversas ocasiões, no ano de 1942, Hitler repetiu em discursos publicados na imprensa e transmitidos pelo rádio, sua decisão e do Partido Nazista de “exterminar y de aniquilar a los judíos de Europa³³” (HERF, 2008, p. 163). Em outro discurso importante transmitido pelo rádio no ano seguinte, em 1943, Hitler atacou os judeus de maneira violenta. Afirmou que a guerra só poderia acabar de duas maneiras: com o domínio do povo ariano ou com o desaparecimento dos judeus da Europa. Assim, o resultado da guerra deveria ser, e seria, segundo ele, a aniquilação da comunidade judia (HERF, 2008). Discursos como esse não foram raros no Terceiro Reich, principalmente no final da Guerra; todos eram transmitidos pelo rádio, para alcançar uma maior parte da população alemã, que já contava com rádios ou receptores. Os poucos que ainda não possuíam eram obrigados a fazer parte dos Momentos Nacionais. Segundo Welch (1995),

The radio soon came to be regarded as the Nazi regime’s principal propaganda medium for the dissemination of National Socialist ideas and the creation of a single public opinion. [...] It has been estimated that in 1933 alone, fifty speeches by Hitler were transmitted. By 1935, Hitler’s speeches reached an audience of over 56,000,000. The radio was, not surprisingly, described as ‘the towering herald of National Socialism’, the means of expression of the united State. [...] With the radio, he [Goebbels] declared, ‘we have destroyed the spirit of rebellion’³⁴ (WELCH, 1995, p. 42-43).

³² “Sirenes tocariam e a vida profissional em todo o país pararia durante a ‘recepção da comunidade’ em um esforço para persuadir cada cidadão a se identificar com a nação” (WELCH, 1995, tradução minha).

³³ “exterminar e aniquilar os judeus da Europa” (HERF, 2008, tradução minha).

³⁴ “O rádio logo passou a ser considerado o principal meio de propaganda do regime nazista para a divulgação de ideias nacional-socialistas e a criação de uma opinião pública única. (...) Estima-se que, apenas em 1933, foram transmitidos cinquenta discursos de Hitler. Em 1935, os discursos de Hitler chegaram a uma audiência de mais de 56.000.000. O rádio era, não surpreendentemente, descrito como ‘o alto mensageiro do nacional-socialismo’, o meio de expressão de um Estado unido. (...) Com o rádio, ele declarou, ‘nós destruímos o espírito de rebelião’” (WELCH, 1995, tradução minha).

Além do rádio, o cinema acabou se tornando um meio igualmente importante para o Partido Nazista e sua propaganda. De fato, o investimento neste último acabou sendo ainda maior. Goebbels tinha um especial interesse em propaganda cinematográfica. Ele acreditava que o cinema tinha o poder de influenciar os pensamentos e crenças do povo e talvez até mesmo suas ações. Assim, antes mesmo de criar a Câmara de Cultura do Reich, ou qualquer outra, foi fundada a Câmara de Cinema do Reich, no dia 14 de julho de 1933 (SILVA; MEDEIROS; VIANNA, 2015).

Um dos principais propósitos da criação da Câmara de Cinema do Reich foi, na verdade, a remoção dos judeus, além de outros “artistas degenerados”, da vida cultural da Alemanha. Isso porque todas as pessoas que desejassem participar de qualquer produção cinematográfica eram forçadas a tornarem-se membros da Câmara de Cinema do Reich. No entanto, só podia ser membro quem era racialmente “puro”. O Partido Nazista também começou a publicar, nessa mesma época, uma revista de filmes ilustrada, chamada *Der Deutsche Film*, “with the intention of disseminating Party policy relating to the film industry through consciously anti-Semitic propaganda³⁵” (WELCH, 1995, p. 51). Foram publicadas estatísticas para expor a grande influência que os judeus exerciam na produção cinematográfica na época, e

[...] because Nazi propaganda identified Jewish influence with the downfall of German culture, it was only to be expected that the Party would use the struggle in the film industry to stir up racial hatred. Not surprisingly, these policies resulted in the emigration of all those who either could not or would not submit to such conditions³⁶ (WELCH, 1995, p. 51).

Os documentários, em particular, mostraram-se bem-sucedidos principalmente nas áreas rurais, onde o público não frequentava o cinema regularmente. Para aumentar essa frequência, Goebbels forneceu 1.000 cinemas móveis, que eram deslocados continuamente na área rural para garantir que os alemães assistissem a pelo menos um filme ou documentário por mês, juntamente com o noticiário (WELCH, 1995).

Dois documentários importantes, e talvez os mais conhecidos, produzidos pela Câmara de Cinema foram *Triumph des Willens* (Triunfo da Vontade, 1935), sobre as manifestações do Partido Nazista de 1934 em Nuremberg, e *Olympiade* (Jogos Olímpicos, 1938), um registro de quatro horas dos Jogos Olímpicos de 1938, que ocorreram em Berlim.

³⁵ “com a intenção de divulgar a política do Partido em relação ao setor cinematográfico através de propaganda conscientemente antissemita” (WELCH, 1995, tradução minha).

³⁶ “(...) como a propaganda nazista identificava a influência judaica com a queda da cultura alemã, era de se esperar que o Partido usasse o grande esforço na indústria cinematográfica para provocar o ódio racial. Não surpreendentemente, essas políticas resultaram na emigração de todos aqueles que não podiam ou não iriam se submeter a tais condições” (WELCH, 1995, tradução minha).

Em 1940, foram produzidos diversos filmes antissemitas, entre eles *Jud Süß* (Judeu Süss) e *Der ewige Jude* (O eterno judeu) (SILVA; MEDEIROS; VIANNA, 2015). Segundo Deliberador (2015b),

O cinema de propaganda tem seus princípios desenvolvidos por Eisenstein e Pudovkin, onde se vinculavam o psicológico ao artístico. A ideia era conseguir através da montagem do filme controlar a reação da plateia, as associações, pontos de vista, emoções e conclusões, forçando as pessoas a uma adesão específica. Assim, não só a realidade no filme é manipulável, mas também, os conceitos sobre realidade dos espectadores poderiam ser afetados através da manipulação da imagem (DELIBERADOR, 2015b, p. 3975).

Foi justamente essa estratégia que o Partido Nazista utilizou em seus filmes propagandísticos. O filme *O Eterno Judeu* (figura 18), um dos mais famosos do Terceiro Reich, foi lançado pelo Partido como sendo um documentário, pois assim passava para a plateia uma maior autenticidade, transmitia a ideia de ser algo real e, portanto, com maior credibilidade, mesmo sendo composto, muitas vezes, por meias verdades (DELIBERADOR, 2015b). O filme apresentava o judeu como um inimigo que deveria ser vencido e foram utilizadas imagens de judeus que viviam nos guetos. Antes de começar o filme, o narrador diz para o público que ele verá ali apenas “cenas autênticas”, trazendo às pessoas uma “realidade” forjada (ENGSTER, 2012). A primeira frase que aparece no filme é a seguinte: “O judeu civilizado que conhecemos na Alemanha nos dá apenas uma imagem incompleta do seu verdadeiro caráter racial. Este filme mostra imagens reais dos guetos poloneses. Ele nos mostra os judeus como realmente se parecem antes de se esconderem por trás de máscaras de europeus civilizados³⁷”. Durante todo o filme *O Eterno Judeu*, as cenas são acompanhadas de narração e comentários do diretor, condicionando a interpretação dos espectadores (DELIBERADOR, 2015a).

³⁷ O ETERNO judeu. Direção: Fritz Hippler. Polônia: Fritz Hippler, 1940. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jIuBaON4qoE>>. Acesso em: 25 mai. 2018.

Figura 18 – “O Eterno Judeu. Um documentário sobre o judaísmo mundial”. Pôster do filme antissemita dirigido por Fritz Hippler, 1940.



Fonte: US Holocaust Memorial Museum. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/propaganda/archive/film-eternal-jew/>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

Os filmes eram apenas um dos modos de atingir o público sem que houvessem muitas críticas por parte deste. Mas sua função foi de extrema importância, pois “when people read newspapers or listened to the radio they were more conscious of the propaganda content. The cinema, on the other hand, was associated with relaxation and entertainment and was therefore all the more dangerous³⁸” (WELCH, 1995, p. 57). Além disso, nos filmes era possível alterar a realidade para provocar determinados sentimentos nos espectadores, mesmo nos que eram

³⁸ “quando as pessoas liam jornais ou escutavam o rádio, estavam mais conscientes do conteúdo da propaganda. O cinema, por outro lado, era associado com relaxamento e entretenimento, e era, portanto, muito mais perigoso” (WELCH, 1995, tradução minha).

lançados como sendo documentários. E o Partido Nazista trabalhava muito com um dualismo nesse tipo de propaganda; “A ideia é fazer a plateia escolher o lado certo, portanto, [...] o lado ‘certo’ e o ‘errado’ ficam muito bem definidos, dando poucas escolhas para os espectadores que tendem a reagir com as emoções provocadas” (DELIBERADOR, 2015b, p. 3976). No filme *O Eterno Judeu*, assim como em diversos outros tipos e meios de propaganda antissemita utilizada pelo Partido Nazista, estava presente, segundo Luz (2006), um par de imperativos, com o intuito de cultivar a esperança e o medo na população, tentando causar uma vontade de escolha nas pessoas.

O imperativo refere-se tanto à identificação positiva do alemão ao ariano, através de um imperativo grosseiro que determina “seja um ariano”, quanto à identificação negativa do alemão ao judeu, na forma de “não-seja um judeu”. Este último imperativo traz consigo um outro, sub-reptício, que diz “odeie-o”. Esse par de imperativos seria o responsável por ativar os sentimentos de exaltação e terror ou de esperança e medo, [...] responsáveis pela ação sobre a emoção do receptor (LUZ, 2006, p. 32).

Tudo isso ocorre nos filmes propagandísticos de maneira implícita. Transmitindo grande noção de veracidade, os filmes e documentários criados durante o regime nazista acabaram tornando-se uma mídia com um forte potencial de discurso (DELIBERADOR, 2015b), sem, contudo, escancarar os ideais do Partido para a população. Por ser filme, as pessoas, em geral, assistiam distraídas, em um momento de lazer, e absorviam as ideias sem se dar conta. Em *O Eterno Judeu* há, por exemplo, a utilização constante de um recurso na representação dos judeus que é a “fealdade”, ou seja, associa-se sempre o judeu com o feio, proporcionando um sentimento de repugnância, “que acaba sendo assimilado ao judeu devido ao excesso de reprodução dessas representações” (DELIBERADOR, 2015b, p. 3984).

O cinema, portanto, serviu, juntamente com os outros meios citados neste trabalho, como um instrumento da propaganda política do Terceiro Reich em busca do convencimento e apoio da população alemã com relação às medidas antissemitas adotadas pelo Partido Nazista durante toda a sua permanência no poder. Também foi útil no sentido de preparar o povo para as políticas de segregação e extermínio de judeus que ocorreram durante o regime totalitário.

CONCLUSÃO

O regime totalitário nazista controlou o Estado alemão por pouco mais de 12 anos. Com o propósito de permanecer exercendo os poderes no referido período, o Partido desenvolveu diversas estratégias, dentre as quais fez uso do terror para conseguir o apoio ou a passividade da população em relação aos seus ideais. Essa situação foi possível a partir da articulação com setores da sociedade alemã e da sustentação de grupos militares ou paramilitares como o Exército e, posteriormente, a atuação da SS, que cumpria qualquer ordem vinda de Hitler e do Partido (BERTONHA, 2000). Parte da população que participou do regime nazista apenas o fez por coerção e medo, pois a força psicológica que o Partido exerceu na população foi maior do que qualquer outro regime ditatorial antes deste (LENHARO, 2001).

No entanto, mesmo estabelecendo um regime totalitário, a cúpula do Partido Nazista tinha consciência de que suas condições de governo dependiam do apoio da massa; para permanecer no poder, precisava que a massa assim desejasse (ARENDR, 1989). Portanto, apenas o terror não era o suficiente.

Pensando que as crianças e jovens poderiam ser persuadidas mais facilmente do que os adultos, o Partido Nazista concentrou esforços nessas faixas etárias. A educação foi um alvo importante escolhido pelo Partido para moldar milhões de jovens à sua maneira (BRANDT, 2011) e, assim, poder concretizar suas ideias no Terceiro Reich. A criação da JH como instituição educativa oficial e a obrigatoriedade de participação de todas as crianças a partir de dez anos sistematizou o controle da educação dos jovens pelo Partido Nazista. A atuação da JH teve um objetivo claro no que tange as novas gerações: doutriná-las por meio da educação. De fato, desprezava a educação intelectual, pois acreditava que teriam mais chances de obter o apoio da massa caso esta tivesse menos conhecimento possível. Afinal, tendo menos acesso às informações, a massa oferecia menos resistência e, portanto, teria mais chances de ser conduzida pelo Partido (BRANDT, 2011).

Os nazistas utilizaram a JH para formar os alemães do futuro. Os meninos eram preparados para a guerra e as meninas para serem boas mães e donas de casa. Valores como coragem, força e resistência eram fortemente reforçados pela JH (NOAKES; PRIDHAM, 1984). Os integrantes da JH aprendiam a agir e pensar como se fossem um só, através de exercícios e marchas militares. Acima de tudo, eram ensinados a declarar obediência incondicional a todos os seus superiores. Essa premissa traria ao Partido uma geração de

apoiadores que acreditavam em seus ideais e estavam preparados para lutar por ele, se necessário.

Além da educação, outra estratégia política de grande importância utilizado pelo Partido Nazista com o intuito de angariar mais apoiadores, como vimos no presente estudo, foi a propaganda. Como explica Arendt (1989), a propaganda é fortemente utilizada em um regime totalitário para conseguir o apoio da massa, necessário para ascensão e permanência no poder. Afinal, o terror pode ser usado até certo ponto: como qualquer outro regime, o totalitarismo também precisa demonstrar suas ideias de modo a parecerem plausíveis para que o público as apoie. Assim, o Partido Nazista utilizou a propaganda a seu favor, sempre buscando atingir os “corações e mentes” da população alemã. A mente, pois é pela racionalidade que se faz uma escolha, a escolha do regime nazista. E o coração pois o êxito da propaganda advinha da utilização das emoções e sentimentos do povo (CORELLA TORRES, 2005), tanto aqueles que se era possível criar com a propaganda, quanto os que já faziam parte da população; como Welch (1995) afirma, a propaganda no Terceiro Reich foi muito mais efetiva quando reafirmava preconceitos já existentes nos alemães, como o antissemitismo, por exemplo. O sentimento de ódio contra os judeus existia na Alemanha muito antes do regime nazista, portanto o Partido apenas precisou cultivar o antissemitismo com o intuito de adquirir simpatizantes, ou mesmo uma mera passividade do povo no que diz respeito às suas ideias antissemitas.

Esse intuito de trabalhar tanto a dimensão racional quanto a emocional no regime nazista nos remete à educação dos sentidos de Peter Gay, que, como Hadler (2007) explica, traz a ideia de que o sujeito encontra-se em um constante processo de formação, de educação, e que essa educação não se apresenta apenas pelo campo da racionalidade, mas também da sensibilidade. Pois, em Peter Gay, o sujeito é tão racional quando sensível e, por isso, seu processo de formação envolve ambas as dimensões.

Procurando trabalhar com os sentimentos e sensibilidades do povo, o Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda foi criando sua propaganda de forma a transmitir à população seus ideais através de mensagens simples e diretas, de maneira repetitiva, com o objetivo de chamar a atenção da massa para certos fatos, dando ênfase em alguns sentimentos, principalmente amor e ódio (WELCH, 1995). O terror também foi utilizado nas propagandas durante o regime nazista, para ajudar a cultivar o medo na população. Diehl (1996) explica que o Partido Nazista tinha o intuito de fazer com que os alemães, por medo da repressão do regime totalitário praticada pela SS, se sentissem obrigados a escolher e apoiar o Partido.

Como colocado no presente estudo, a questão antissemita ganhou força durante o Terceiro Reich e acabou sendo um elemento de destaque na política do Partido Nazista. Para conseguir mais adeptos do antissemitismo, tudo era transformado em elemento propagandístico: a educação, os filmes, os discursos, a literatura. A propaganda antissemita foi transmitida em diversos meios de comunicação, onde o judeu era sempre colocado como inimigo. Essa ideia foi sendo, então, incorporada na sociedade alemã, aumentando o preconceito contra os judeus. A eficácia da máquina propagandística alemã presente no dia a dia dos alemães tornou possível a reclusão dos judeus durante todo o Terceiro Reich e o extermínio de milhares durante a Segunda Guerra Mundial (BARBOSA, 2016).

É evidente que qualquer governo, mesmo o totalitário, não possui força política sem articulações com determinados grupos sociais. A eficácia do governo nazista se deve tanto ao interesse de setores da elite alemã quanto do apoio consentido da maioria da população. E a propaganda foi um importante instrumento utilizado com a finalidade de conquistar tal apoio. Apesar de ser considerado hoje uma barbárie pela grande maioria da humanidade e pensarmos ser impossível acontecer novamente, devemos nos lembrar que antes da ascensão do Partido Nazista, muitas de suas ideias também eram consideradas insensatas pela maior parte da população. Após criar o Terceiro Reich, os nazistas concretizaram seus planos de poder, perseguiram grupos considerados indesejáveis e dizimaram milhões de pessoas. Tratando de construir incansavelmente alianças e relações fundamentais para atingir seus objetivos, o Partido chegou a contar com a simpatia de distintos grupos sociais. Essas relações foram construídas e fortalecidas ao longo de todo o regime totalitário, com a ajuda da propaganda em suas diversas formas.

“No final, mais de um milhão de vidas haviam sido consumidas em Auschwitz e o mundo perdera a inocência para sempre”

(João Pinto Coelho)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARENDDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo: Antissemitismo, imperialismo, totalitarismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- BARBOSA, Caroline de Alencar. Ao ataque: os meios de divulgação do antissemitismo na propaganda nazista durante os anos do Terceiro Reich. **Boletim Historiar**, São Cristóvão, v. 14, p.60-66, mar. 2016
- BARTOLETTI, Susan Campbell. **Juventude Hitlerista: a história dos meninos e meninas nazistas e a dos que resistiram.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.
- BERTONHA, João Fábio. **Fascismo, nazismo, integralismo.** São Paulo: Ática, 2000.
- BRANDT, Cleri Aparecida. **Regime Nazista: As teorias ideológicas e educacionais moldando a formação do indivíduo nazi.** 2011. 206 f. TCC (Graduação) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Rio Claro, 2011.
- BURRIN, Philippe. **Hitler e os judeus: gênese de um genocídio.** Tradução de Ana Maria Capovilla. Porto Alegre: L&PM, 1990.
- CAPELATO, Maria Helena. **Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo.** São Paulo: Unesp, 2009.
- CHIAVENATO, Júlio José. **O inimigo eleito: os judeus, o poder e o anti-semitismo.** Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.
- CORELLA TORRES, Norberto. **Propaganda nazi.** Mexico, D.F.: Universidad Autónoma de Baja California: Miguel Angel Porrua, 2005.
- DELIBERADOR, Raquel de Medeiros. LTI – Uma animação sobre a arte como propaganda nazista. In: ENCONTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, 7., 2015, Curitiba. **Artigo.** Curitiba: ENPECOM, 2015a.
- _____. O filme "O Judeu Eterno" de 1940 e a linguagem e propaganda nazista. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 7., 2015, Maringá. **Artigo.** Londrina: Cnpq, 2015b. p. 3973 - 3985.
- DIEHL, Paula. **Propaganda e persuasão na Alemanha nazista.** São Paulo: Annablume, 1996.
- DOMÍNGUEZ, José Antonio Doncel. **La propaganda nazi y los medios de comunicación de masas.** 2012. Disponível em: <<http://jadonceld.blogspot.com.br/2012/11/la-propaganda-nazi-y-los-medios-de.html>>. Acesso em: 8 abr. 2018.
- ENGSTER. **O Eterno Judeu: Hitler vai ao cinema.** 2012. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/vies/vies/o-judeu-eterno-hitler-vai-ao-cinema/>>. Acesso em: 3 mar. 2018.

EVANS, Richard J. **O Terceiro Reich no poder**. São Paulo: Planeta, 2014.

GAY, Peter. **A cultura de Weimar**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

GEARY, Dick. **Hitler e o nazismo**. Tradução de Alexandre Kappaum. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2010.

GELLATELY, Robert. **Apoiando Hitler: consentimento e coerção na Alemanha nazista**. Tradução de Vitor Paolozzi. Rio de Janeiro: Record, 2011.

HADLER, Maria Sílvia Duarte. **Trilhos de modernidade: memórias e educação urbana dos sentidos**. 2007. 292 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

HEILBRONNER, Oded. **German or Nazi Antisemitism**. Disponível em: <<https://www.history.ac.uk/ihr/Focus/Holocaust/stone.pdf>>. Acesso em: 8 jun. 2018.

HERF, Jeffrey. **El enemigo judío: la propaganda nazi durante la Segunda Guerra Mundial y el holocausto**. Traducción de Marisa S. Basallo. Buenos Aires: Debate, c2008.

_____. The "Jewish War": Goebbels and the Antisemitic Campaigns of the Nazi Propaganda Ministry. **Holocaust And Genocide Studies**, [s.l.], v. 19, n. 1, p.51-80, 1 mar. 2005.

HOBSBAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KOEHN, Barbara. **La resistencia alemana contra Hitler: 1933-1945**. Madrid: Alianza Editorial, 2005.

LENHARO, Alcir. **Nazismo: O triunfo da vontade**. São Paulo: Ática, 2001.

LIEBEL, Vinícius. **Humor, propaganda e persuasão: As charges e seu lugar na propaganda nazista**. 2006. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em História, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

LUKACS, John. **O Hitler da história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LUZ, Enrique. **"O eterno judeu": Anti-semitismo e Antibolchevismo nos cartazes de propaganda política nacional-socialista (1919-1945)**. 2006. 149 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

MACMILLAN, Margaret. **A Primeira Guerra Mundial: que acabaria com as guerras**. São Paulo: Globo, 2014. Tradução de Gleuber Vieira.

MARLIN, John Tepper. **German elections, 1933: How a democracy was destroyed**. 2017. Disponível em: <<https://cityeconomist.blogspot.com/2017/03/hitler-mar-5-1933-germany-elects-nazis.html?m=1>>. Acesso em: 5 jun. 2018.

MONTEIRO, Gustavo Feital. **Juventude Hitlerista: propaganda, ideologia e antissemitismo.** 2013. 43 f. Monografia (Especialização) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

NOAKES, J.; PRIDHAM, G. **Nazism 1919-1945: State, economy and society 1933-1939.** Devon: University Of Exeter Press, 1984.

OLIVEIRA, Marcus Aurelio Tabora. **Sentidos e sensibilidades: sua educação na história.** Curitiba: UFPR, 2012.

PEROSA JÚNIOR, Edson José. A ascensão Nazista ao poder: o NSDAP e a sua máquina de propaganda (1919-1933). **IV Congresso Internacional de História**, Maringá, p.1195-1205, 9 set. 2009. Programa de Pós-Graduação em História e Departamento de História - Universidade Estadual de Maringá - UEM.

SHOAH Resource Center. **Propaganda, Nazi.** Disponível em: <http://www.yadvashem.org/odot_pdf/Microsoft Word - 5752.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2018.

SILVA, Francisco Carlos Teixeira; MEDEIROS, Sabrina; VIANNA, Alexander Martins. **Enciclopédia de Guerras e Revoluções: Volume II - 1919-1945: a época dos fascismos, das ditaduras e da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).** Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

SILVA, Guilherme Campos. **Conflitos de identidade na República de Weimar.** 2010. Disponível em: <http://www.encontro2010.rj.anpuh.org/resources/anais/8/1276622915_ARQUIVO_TextoAnpuh.pdf>. Acesso em: 23 maio 2017.

United States Holocaust Memorial Museum. **Setting the stage for the Holocaust: Antisemitic myths about World War I's end played a role in Hitler's rise to power.** Disponível em: <<https://www.ushmm.org/>>. Acesso em: 8 jun. 2018.

VIRDES, Daniel Tales Vieira. **A sociedade alemã da década de 1930: As características socioeconômicas da coesão em torno do Nazismo.** 2015. 71 f. TCC (Graduação) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015.

WELCH, David. **The Third Reich: Politics and Propaganda.** New York: Routledge, 1995.

WISTRICH, Robert. **Hitler e o Holocausto.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.