

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO
(CBG)

THAUANE CAMILE MARQUES LEONEZ

O CARTAZ COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: AS IMAGENS UTILIZADAS
COMO PROPAGANDA NA ALEMANHA NAZISTA

Rio de Janeiro

2017

THAUANE CAMILE MARQUES LEONEZ

**O CARTAZ COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: AS IMAGENS UTILIZADAS
COMO PROPAGANDA NA ALEMANHA NAZISTA**

Projeto Final I apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Professora. Dra. Regina Maria Macedo Costa Dantas.

Rio de Janeiro

2017

Ficha catalográfica

L583c Leonez, Thauane
O Cartaz como fontes de informação: as imagens utilizadas como
propaganda da Alemanha Nazista / Thauane Leonez. – Rio de Janeiro, 2017.
52 f.

Orientadora: Regina Dantas.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) – Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Bacharel
em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, 2017.

1. Fonte de Informação. 2. Cartaz. 3. Segunda Guerra Mundial. I.
Dantas, Regina, oriente. II. Título.

THAUANE CAMILE MARQUES LEONEZ

**O CARTAZ COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: AS IMAGENS UTILIZADAS
COMO PROPAGANDA NA ALEMANHA NAZISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Biblioteconomia
e Gestão de Unidades de Informação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 11 de dezembro de 2017.

Prof. Dra. Regina Maria Macedo Costa Dantas – CBG/UFRJ
Orientador (a)

Prof. Dra. Ana Senna – CBG/UFRJ
Membro interno

Prof. Mestra Dandara Macedo Costa Dantas – EBA/UFRJ
Membro externo

Dedico este trabalho à Deus e à minha
Família.

AGRADECIMENTOS

À Deus primeiramente, pois sem Ele eu não tinha conseguido nem nota no ENEM. Pelas minhas vitórias e por ter chego até aqui.

À eu mesma, pois foi muito difícil esses quatro anos, só um universitário sabe o que é passar por tudo isso.

À minha querida família que esteve ao meu lado, me dando todo o suporte necessário para conseguir chegar ao fim da graduação e por acreditarem em mim.

Aos meus ilustres amigos por me darem força até o fim, muito obrigada pelo ombro amigo quando chorei de nervoso. Sei que sou chorona, por isso agradeço. Aqui também agradeço ao meu namorado, por me incentivar a terminar logo este trabalho e poder dar atenção a ele.

À minha orientadora Regina, por acreditar em mim e no tema deste trabalho. Agradeço todas as conversas, os toques e a paciência. Obrigada por sua gentileza e alma pura, essas características me encantaram.

“Nenhuma ação humana pode, decisivamente, progredir sem o auxílio, reservado ou público das mulheres.” (PAIVA NETTO, 2015, p. 142).

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma forma de linguagem visual que foi utilizada para divulgar o ideal nazista e que se apresenta em formato de cartaz como fonte de informação. Esta forma de linguagem visual, na presente investigação, será analisada primordialmente utilizando os cartazes que serviram para fortalecer e divulgar o ideal nazista. Para tal, torna-se necessária a contextualização da Alemanha nazista, como delimitação espaço temporal da pesquisa, visando descortinar os cartazes para o uso de propagandas políticas. Na ocasião, serão identificadas as principais categorias de cartazes e suas funções, o que desencadeará o levantamento dos cartazes nazistas e a observação dos materiais visuais existentes em museus e espaços culturais do município do Rio de Janeiro. Acredita-se que as observações dos cartazes nacionais proporcionarão a inspiração necessária para a análise de alguns cartazes do período nazista, que serão apresentados ao fim do presente trabalho.

Palavras-chave: Fonte de Informação. Cartazes. Alemanha Nazista.

ABSTRACT

This study aims to present a form of visual language that was used to spread the Nazi ideal that is presented in poster format as a source of information. This form of visual language in the present investigation will be analyzed primarily using the posters that served to strengthen and spread the Nazi ideal. For this, it is necessary to contextualize Nazi Germany, as a delimitation of the temporal space of the research, in order to unveil the posters for the use of political propaganda. At the time, the main categories of posters and their functions will be identified, which will trigger the survey of Nazi posters and the observation of the visual materials existing in museums and cultural spaces of the city of Rio de Janeiro. It is believed that the observations of the national posters will provide the necessary inspiration for the analysis of some posters of the Nazi period, which will be presented at the end of the present work.

Keywords: Source of information. Posters. Nazi Germany.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Hitler baut auf - Helft mit ... Kauft Deutsche Ware.....	44
Figura 2 - Hinter den Feindmächten: der Jude	45
Figura 3- Ajude a esmagar o eixo comprando bonus de guerra	50
Figura 4 - Hitler uver Deutschland	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	ALEMANHA NAZISTA.....	16
2.1	NAZISMO NO BRASIL.....	30
2.2	HOLOCAUSTO.....	32
3	CARTAZES	35
3.1	ANÁLISE DOS CARTAZES.....	43
4	CONCLUSÃO.....	47
	REFERÊNCIAS.....	48
	ANEXO A –	50

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da minha formação, não só na graduação sempre gostei da disciplina de história. Desde o ensino fundamental, tem sido uma das disciplinas favoritas, não surpreendente fiz amizades com meus ilustres professores de história, que sempre estavam dispostos a responderem meus questionamentos.

Na graduação, no curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação não foi diferente, por mais que não seja um curso voltado para a história, é um curso que lida diretamente com a informação, então me identifiquei. Porém, conheci um professor que me envolveu com a sua predileção pela Segunda Guerra Mundial.

A Segunda Grande Guerra se tornou então um objetivo de estudo, porém sempre me vi diante de estudos e documentários voltados ao ponto de vista norte americano ou britânico. Faltava uma perspectiva do lado oposto do conflito, e então observei a Alemanha Nazista. Observando a Alemanha Nazista me fiz a seguinte pergunta: como um povo pode acreditar e defender o fascismo e o antissemitismo?

Diante das disciplinas ministradas pela minha ilustre orientadora, pude idealizar um tema que unisse a ciência da informação com a Alemanha nazista, e assim junto com a mesma, cheguei ao atual tema.

Assim, que delimitamos o tema, surgiu o seguinte problema: qual foi a principal ferramenta utilizada pelo Partido Nazista para divulgar seus ideais, e assim conseguir o apoio de todo um povo?

Após o fim da Primeira Guerra Mundial a Alemanha estava em ruínas devido a derrota da guerra e ao Tratado de Versalhes que instituiu que o país pagasse os prejuízos dos vitoriosos. Portanto, a estrutura econômica e social do país germânico estava deteriorada. E o povo procurava avidamente por um partido ou mesmo um alguém que pudesse pôr fim a essa fase de imenso infortúnio.

Segundo Laurence Rees (2013) Hitler surgiu como um “messias” para salvar o povo e lhes devolver o grande prestígio de dantes. O futuro *Führer* construiu sua imagem através de seus discursos longos e autoritários. Hitler discursava durante horas a quem quisesse ouvir e convencia as pessoas presentes que suas ideias eram a única solução para salvar a Alemanha da ruína. Pessoas da época que escutavam seus discursos diziam ser hipnotizadas e atraídas por ele, e pretendiam seguir à risca suas palavras.

Adolf Hitler usando a propaganda em todas as mídias na época pôde alcançar toda a nação. O cartaz não foi exceção, durante sua campanha para chegar aos altos cargos da

política alemã. Ele junto com sua equipe do partido Nazista construíram uma imagem de Hitler onde ele representava toda a Alemanha e ele era o principal e único líder supremo do país.

Além de usar os cartazes para construção de sua imagem, Hitler também colocou nas suas propagandas suas ideias antissemitas sobre como os judeus eram culpados pela derrota da primeira grande guerra e pela situação da Alemanha no pós-guerra.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o partido Nazista continuou fazendo uso de propagandas para disseminarem a imagem do *Führer* como o líder totalitário, as suas ideias antissemitas e racistas, as ideias de que a guerra era o único caminho para a libertação do povo alemão dos inimigos da Alemanha e também que a população auxiliasse o governo, tanto financeiramente como fisicamente.

O cartaz foi muito eficaz nesse processo devido a sua simplicidade. A arte gráfica na Alemanha sempre foi importante, devido isso Hitler e o partido Nazista desenvolveram e divulgaram grande número de cartazes durante esse período histórico.

Os cartazes estão até os dias atuais espalhados por todas as cidades, fazendo parte do contexto urbano e representando economicamente, socialmente e politicamente um país. E assim não foi diferente nos tempos da Alemanha Nazista. Os cartazes alemães sobre o *Führer*, o antissemitismo e a guerra estavam espalhados por todas as cidades alemãs e cumpriam seu papel de disseminar sua mensagem e incutir no povo alemão os ideais nazistas, o que justifica a presente pesquisa.

Diante do exposto, justifica a abordagem sobre o cartaz na Alemanha Nazista, sobretudo, devido ao pouco estudo que foi encontrado sobre o mesmo. Além disso, a beleza da arte atribuída a esta forma de propaganda pode ser utilizada a atingir todas as classes sociais.

Assim, o objetivo geral do presente trabalho é apresentar uma forma de linguagem visual que foi utilizada para fortalecer e divulgar o ideal nazista. Para o desenvolvimento da pesquisa, idealizamos os seguintes objetivos específicos: 1) Contextualizar a Alemanha Nazista; 2) Problematizar o uso dos cartazes como fonte de informação; 3) Apresentar e analisar o uso dos cartazes na Alemanha Nazista.

Por se tratar de um trabalho teórico, de análise bibliográfica e iconográfica, priorizou-se identificar em um primeiro momento, os autores que analisam o momento nazista no viés do governo alemão, pois não é objetivo deste trabalho realizar julgamento sobre os atos nazistas no olhar dos diferentes países, via seus autores.

Portanto, metodologicamente, a pesquisa teve o caráter bibliográfico e documental. Foram utilizadas bibliografias e peças gráficas ambas conectadas, para a realização do objetivo proposto. Buscou-se entender quais eram os contextos históricos da época e fazer o levantamento das peças gráficas que seriam cruciais para o desenvolvimento do trabalho.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído especialmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. (GIL, 2008, p. 50).

Para tal, foram realizadas visitas às bibliotecas e arquivos visando o levantamento das obras para a devida contextualização. Também foram realizadas visitas à museus e instituições culturais em busca dos cartazes para a análise de sua linguagem. A partir dos resultados obtidos, apresentamos alguns cartazes que caracterizam o objetivo do atual trabalho. A análise imposta aos cartazes será qualitativa, visando a análise de sua linguagem. Vale salientar que todas as traduções feitas do alemão foram feitas pela autora do atual trabalho.

Os principais teóricos envolvidos no auxílio da contextualização e análise do atual trabalho foram, Laurence Rees, que facilita nosso entendimento sobre a Alemanha Nazista e o outro sobre é Abraham Moles, militante dos estudos sobre cartazes.

Laurence Rees, é um historiador britânico e é autor, diretor e produtor de *The dark charisma of Adolf Hitler*, série do canal BBC, e trabalhou no departamento de História de Televisão do canal. Ao longo dos últimos 20 anos ele se especializou em escrever livros e elaborar documentários sobre os nazistas e a Segunda Guerra Mundial.

Abraham Moles, era francês e foi um engenheiro elétrico, engenheiro acústico, doutor em física e filosofia, também foi professor de sociologia, psicologia, comunicação, design na Escola de Ulm, Universidade de Estraburgo, San Diego, México e Compiègne.

Além, das obras dos referidos autores, outras fontes foram articuladas com textos da internet, visitas realizadas à museus e pesquisas iconográficas.

No capítulo dois, a Alemanha depois da sua humilhada derrota na Primeira Guerra Mundial foi “saqueada” pela Tríplice Entente (pacto militar entre Inglaterra, França e Rússia na Primeira Guerra Mundial). Devido ao Tratado de Versalhes, a Alemanha teve de pagar uma gigantesca dívida, mais precisamente o Tratado determinou que a Alemanha pagasse um total de 220 milhões de marcos em ouro a França e Inglaterra, teve que

assumir a “culpa” pelo início da Primeira Guerra Mundial, perdeu todas as suas colônias ultramarinas e um sétimo do seu território e teve seus exércitos reduzidos a quase nada.

Por volta do final de 1918, com o povo empobrecido e humilhado, revoluções aconteciam em todo o país. Até que uma revolução socialista chegou a capital do país, Berlim.

Em 1923 a inflação chegava a condições extremas, parecia que toda a estrutura financeira do país pudesse ruir a qualquer momento. A inflação chegou a se tornar hiperinflação, onde se podia chegar a pagar bilhões de marcos por um pão.

A crise de 1929 atingiu gravemente a Alemanha, levando milhões de alemães ao desespero. O desemprego atingiu números alarmantes, 44% dos alemães estavam desempregados. Conforme disse Rees (2013, p. 79), “‘Era realmente deprimente ver tanta gente pela rua’, conta Hebert Richter, ‘em busca de qualquer bico. Quando você chegava de trem, eles pegavam a mala de suas mãos, apenas para ganharem algumas moedas’.”. Foi nessa época de grande crise que o partido nazista começou a crescer a ganhar votos.

É nesse cenário que surge Hitler e o partido nazista com suas ideias e promessas de um futuro melhor para o povo e a estabelecer um Terceiro *Reich*. Os nazistas conseguiram botar partidos uns contra os outros, conseguiram convencer operários a não lutar por seus direitos com promessas de que na Alemanha todos seriam iguais.

Em 30 de janeiro de 1933 mesmo perdendo as eleições - recebendo menos da metade dos votos, com o apoio de grandes influências, Adolf Hitler se torna Chanceler da Alemanha. E em 2 de agosto de 1934, Hitler se tornou Chanceler e chefe de Estado por aclamação. Ele revogou a democracia e instalou uma nova ordem de totalitarismo, antissemitismo e racismo. Um relato mais aprofundado será o foco do capítulo dois.

Além disso, o capítulo dois terá duas sub sessões, onde serão apresentados alguns relatos sobre o nazismo no Brasil e uma breve menção ao Holocausto, pois não se pode escrever sobre a Alemanha Nazista sem citar este extermínio histórico.

No capítulo três, discutiremos o cartaz como uma forma de propaganda imediata. Esta impactante ferramenta imagética tem sido usada ao longo da história por ser capaz de atingir todas as classes sociais e ter a capacidade de se tornar parte da vida cotidiana do público, e segundo Moles (1974, p. 32), “se torna então o signo permanente do desenvolvimento social [...]”. Através da imagem, passa a mensagem ao observador de forma simples e precisa, as vezes mexendo com o intelecto do observador.

Segundo Moles (1974, p. 18), “A psicologia do cartaz, [...] baseia-se na emergência de qualidades a partir de um processo quantitativo: a difusão em massa de

imagens no grupo social.”. Com o uso do cartaz é possível atingir toda a população de forma clara e direta. Com o passar dos anos o cartaz perde a necessidade de grandes textos contidos em seu *layout* e dá espaço a imagem iconográfica, é nesse momento que as cores contidas no cartaz ganham força como elemento essencial. Será apresentado toda a estrutura do cartaz e suas funções.

Portanto, neste último capítulo será exposto um estudo mais aprofundado sobre o cartaz. Na ocasião, serão apresentados sua estrutura, suas funções e seu potencial de atingir as massas. Outrossim, uma sub sessão está reservada para a análise de cartazes diretamente ligados ao tema do presente trabalho.

Além da conclusão, foi aproveitada a oportunidade para (em anexo) registrar e exibir uma breve e interessante seleção de dois cartazes da época.

2 ALEMANHA NAZISTA

Em 1917 depois de 3 anos de uma guerra sangrenta, na verdade a pior guerra que o mundo já tinha presenciado até então, a Primeira Guerra Mundial vinha chegando ao seu desfecho. Os dois grupos estavam “esgotados”, a população europeia não suportava mais tanta morte. A guerra finalmente mudaria de ares nesse ano.

Em 1917 a Revolução Russa estourou, basicamente o Tzar russo tinha sido derrubado, portanto, antes do fim da guerra o Império Russo se retirou da mesma. Com a saída da Rússia, a Tríplice Aliança (constituída por Alemanha, Império Austro-Húngaro, Bulgária e Império Otomano) tinha mais chances de vencer o conflito.

Os Estados Unidos tinham grandes negócios com os ingleses e os franceses e os tinham auxiliando e feito grandes negócios nos tempos de guerra, negócios esses crediários que seriam pagos no fim do confronto. Porém, com a saída do Império Russo, os Estados Unidos da América viram que seus investimentos na Europa não iam ter retorno. Foi assim que em 6 de abril de 1917 os Estados Unidos declararam guerra à Alemanha.

Uma nova leva de soldados e armamentos americanos chegaram a Europa, mudando o cenário da guerra. Demorou um pouco, mas em 11 de novembro de 1918 foi assinado o Armistício de Compiègne entre os países em conflito, com o objetivo de encerrar as hostilidades na frente ocidental.

Alguns dias antes do Armistício, em 9 de novembro de 1918 o Kaiser alemão Guilherme II foi deposto e a Alemanha se tornou uma república. Muitos soldados e até o alto comando do exército alemão ficaram indignados com a saída do Kaiser para o exílio, eles se sentiram traídos e abandonados na hora que o país mais precisava de um líder.

A partida súbita do chefe de Estado causou profundo desânimo aos oficiais alemães. ‘No pior momento da guerra, nós fomos apunhalados pelas costas’, escreveu Ludwig Beck, à época servindo no alto-comando do Exército [...]. Em meio a inúmeros soldados rasos do *front*, que desconheciam o fato de que a Alemanha mal poderia se sustentar nessa guerra, havia uma sensação semelhante de perplexidade, não apenas pela rápida retirada do Kaiser, mas também pela declaração imediata do armistício, que entrou em vigor em 11 de novembro de 1918. (REES, 2013, p. 24).

Conseqüentemente, com o Armistício, a Primeira Guerra Mundial teve seu desfecho. Os resultados foram desastrosos para os dois lados. Porém, mais desastroso ainda para o grupo perdedor da Tríplice Aliança.

A Primeira Guerra Mundial teve milhares de baixas, mais especificamente foram “Nove milhões de mortos! Além deles, mais de 6 milhões de soldados retornaram mutilados, sem os olhos, sem uma mão ou uma perna, muitos dos quais jamais conseguiriam arrumar emprego numa fábrica.” (SCHMIDT, 2002, p. 30).

O mapa europeu sofreu uma grande mudança com o fim do conflito. O Império Austro-Húngaro se fracionou, e vários outros pequenos Estados nacionais tiveram sua independência. O mesmo aconteceu com o Império Otomano. A Polônia conseguiu sua independência, fazendo com que a Alemanha perdesse grande território que a ligava com as terras do Leste Europeu.

A Alemanha, principal país do grupo perdedor foi saqueada pelos vencedores. Devido ao Tratado de Versalhes a Alemanha perdeu todas as suas colônias, um sétimo do seu território, teve a redução de suas forças armadas, teve que assumir a culpa pela guerra, entregou grande parte de seus armamentos e por fim pagar uma indenização gigantesca aos vencedores.

Com o fim da guerra o povo alemão encontrava-se em completo desespero, como resultado o povo estava perdido e dividido. Para os alemães a derrota foi uma humilhação nacional como nunca antes vista, eles acreditavam que o exército tinha sido traído pelas forças revolucionárias que cresciam dentro da Alemanha no final de 1918.

Foi assim que em 1919 aconteceram várias revoltas na Alemanha. Em janeiro de 1919 ocorreu uma greve geral em Berlim, que se tornou uma ascensão socialista. Durante esse período pós-guerra, vários partidos de esquerda e direita surgiram na Alemanha, todos com promessas que “levantariam” o país e tirariam o povo da miséria que se instalou no país e devolveriam o orgulho alemão.

Ao final da guerra muitas *Freikorps*¹ foram criadas para reprimir a revolução esquerdista que se desenrolava em Berlim. Pois devido a Revolução Bolchevique que tinha ocorrido na Rússia, muitos ideais da Revolução foram disseminados na Alemanha pelos Bolcheviques que queriam que a mesma revolução acontecesse em outros países. Porém, grande parte da população e principalmente os ex soldados do exército que eram eles em grande parte os que formavam as *Freikorps* não queriam uma Revolução comunista no país. Muitos dos que se tornariam nazistas notórios faziam parte de uma *Freikorp*.

¹ Grupos paramilitares.

As *Freikorps* tiveram um papel fundamental contra a Revolução que aconteceu em Berlim e em Munique. Foram eles e não a polícia e o exército que derrubaram os socialistas e garantiram que a nova República Alemã permanecesse.

O povo alemão estava completamente perdido. Queriam um tempo de paz, porém não a paz que viviam após da guerra, pois viviam em guerra não com outros países, mas uma guerra dentro de sua própria terra. Queriam a paz que tinham antes dela, nos tempos que eram um grande império governados por um líder nobre, forte e determinado.

Após a Revolução socialista de Berlim, o capitão Karl Mayr que na época era comandante do departamento de informações do Exército foi incumbido de “reeducar” os soldados para que não se envolvessem com ideais comunistas. Foi nessa ocasião que o capitão Mayr conheceu um soldado que tinha lutado no *front* na Primeira Guerra, ele era simplório, como o próprio Mayr o descreveu, porém expressivo. Assim, Adolf Hitler entra no cenário político alemão.

Adolf Hitler, nasceu em 20 de abril de 1889 em Braunau am Inn, na Áustria. Antes de 1919 não era nenhum mártir ou grande político, na verdade Hitler sempre foi um rapaz diferente e que tinha a mania de odiar tudo e todos. Graças ao capitão Mayr, Hitler foi posto para ser um dos “reeducadores” dos soldados. Sua tarefa era dizer aos soldados sobre como o comunismo era perigoso.

Hitler participou de um treinamento entre os dias 5 e 12 de junho de 1919, na Universidade de Munique, onde assistiu palestras sobre “História política de guerra”, “Nossa situação econômica” entre outras, todas antibolchevista. Segundo relatos da época Hitler absorveu as informações avidamente e depois disseminou aos soldados numa base alemã, perto de Ausburg.

Em Ausburg, foi visto os primeiros traços de um líder carismático que lideraria a Alemanha de 1933 a 1945. Hitler fez seus primeiros discursos e foi elogiado, as pessoas queriam ouvi-lo falar e concordavam com ele. Ele era muito convicto do que dizia, gostava muito de discursar, nunca de debater. Sua opinião era a correta e verdadeira.

No dia 12 de setembro de 1919, Hitler foi a uma reunião política do Partido dos Trabalhadores Alemães, a mando do capitão Mayr. Quando Hitler discursou contra o movimento de independência da Bavária, Anton Drexler um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores percebeu o talento de Hitler e o encorajou a se unir ao Partido que viria ser o Partido Nazista.

O partido dos trabalhadores alemães, foi fundado em 1919 por um chaveiro e um jornalista, Anton Drexler e Karl Harrer respectivamente. Os dois queriam promover um

programa antissemita, antibolchevista e pró trabalhadores. Era um partido extremista e um dos mais radicais da Alemanha.

A partir desse momento que ingressou para o Partido dos Trabalhadores, Hitler começou a discursar para várias pessoas. Seus discursos duravam horas, em relatos da época diziam que ele sempre passava do horário em seus discursos. Porém, diferente de outros tempos, as pessoas não se importavam em escutá-lo.

As pessoas estavam desesperadas nesse período pós-guerra. A situação econômica alemã estava horrível, famílias que antes tinham dinheiro, ficaram de repente sem nada. Pagava-se bilhões de marcos por um pão, tudo e todos estavam à venda na Alemanha. O país cada vez produzia menos, o marco (moeda alemã) valia cada vez menos também, chegou a um ponto em que 1 dólar americano valia mais ou menos 130 bilhões de marcos.

Hitler começou a estruturar seus discursos para persuadir o público e provocar uma reação emocional. Ele começava falando sobre a terrível situação alemã, de como o país estava afundado e que a Alemanha não era mais um Reich e mais parecia uma colônia. Depois divulgava quem eram os culpados pela Alemanha estar passando por essas atrocidades. Era aí que estava algo que os outros não podiam oferecer ao povo, alguém a quem culpar. Ele culpava os judeus, dizia que eles eram os culpados pelo início da Primeira Guerra Mundial, pelos exageros do capitalismo e estiveram por trás daqueles que assinaram o armistício.

Depois (do discurso sobre o cenário em que a Alemanha se encontrava), perguntava quem era o responsável por aquele pesadelo- e ali, para o público, estava a boa nova. Porque, no fim das contas, segundo a visão de Hitler, a maioria da população alemã não era culpada por seu infortúnio. Era tudo, segundo ele alegava, culpa dos judeus: eles tinham sido responsáveis pelo início da Primeira Guerra, pelos abusos do capitalismo e a nova crença revolucionária no comunismo, e estiveram por trás dos ‘criminosos de novembro’, que assinaram o armistício, em 1918, pondo fim à guerra. Hitler argumentava que os judeus não prestavam lealdade a qualquer nação, mas somente a outros judeus, através das fronteiras nacionais. Ele criou um mundo de fantasia, no qual os judeus até fingiam estar de ambos os lados de uma disputa industrial para conturbar a sociedade – o lado dos trabalhadores e o lado dos empregadores. (REES, 2013, p. 35).

Hitler também fez o discurso que apenas uma raça “ariana” era superior e por isso todas as outras deveriam ser erradicadas da Alemanha. Segundo Rees (2013) Ele narrava sobre uma Alemanha sem diferença de classes, pois se todos eram “arianos”, portanto todos eram iguais. As classes significavam raça.

O conceito de uma só raça, foi atraente para as pessoas. Pois, como o país estava dividido, isso viria a unir a população. Não haveria mais classe burguesa ou classe

operária, cada uma em seu espaço e lutando por seus ideais. Haveria somente uma classe a classe ariana, ou seja, a raça ariana. Pelo menos era isso que Hitler disseminava e muitas pessoas tiveram fé nessa crença.

Adolf Hitler já tinha todo o seu discurso montado e diferente dos outros ele mostrava ter uma certeza no que falava e o expunha a pessoas desesperadas, que o ouviam e o viam como o salvador do povo. Ele sendo o único que pudesse realizar esse feito.

[...] ouvir uma palestra de Hitler era ser levado a uma jornada. Partia-se de um sentimento inicial de desespero, conforme Hitler descrevia os problemas terríveis que o país enfrentava, passando pela percepção de que o público não podia ser culpado pelos problemas atuais, até se chegar à visão de como tudo isso podia ser corrigido, transformado em um mundo melhor e sem divisão de classes, uma vez que um líder forte, oriundo do povo alemão, pudesse ganhar poder, encabeçando uma revolução nacional. (REES, 2013, p. 37).

Hitler rapidamente dominou o Partido dos Trabalhadores. Não só se tornou seu principal porta-voz, como ficou responsável por toda a propaganda de agremiação. No ano de 1920 o Partido dos Trabalhadores Alemães, se tornou Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães.

Em outubro de 1922, Benito Mussolini se tornou primeiro-ministro da Itália. Foi uma grande notícia para os radicalistas do Partido Nazista, pois se um líder ultranacionalista tinha ganho tanto poder na Itália por que não poderia acontecer o mesmo na Alemanha?

No dia 8 de novembro 1923, por volta de 20h20 Hitler tenta assumir o controle do país através de um golpe de Estado. Tudo aconteceu numa cervejaria em Munique, porém o golpe deu errado e 16 dos apoiadores da revolução foram mortos e apenas dois dias depois Hitler foi preso.

Em 24 de fevereiro de 1924, começou o julgamento de Hitler. No tribunal, ele surpreendeu quando glorificou o que tinha feito. Esse julgamento, foi importante para a propaganda de Hitler, pois do dia para a noite ele tinha se tornado uma figura nacional, conhecido em todo o país. No fim do julgamento Hitler pegou a pena mínima de 5 anos.

Foi durante esse período preso que Adolf Hitler escreveu um livro intitulado *Mein Kampf* (em português Minha Luta), que continha sua visão sobre política e raça. No livro Hitler ataca abertamente os judeus, fala sobre suas ideias de conquistar as terras da União Soviética, que seriam de direito alemãs. Inicialmente não foi muito vendido, só se tornando um *best-seller* quando os nazistas tomaram o poder.

Segundo Rees (2013, p. 62, apud HITLER, 1925, p. 305), “Ele (o judeu) continua sendo o típico parasita, um sugador que assim como um bacilo repulsivo, continua se espalhando, assim que um meio favorável o convida.”.

Em 1929 com a quebra da bolsa de valores de Wall Street, a crise econômica na Alemanha se agravou mais. Segundo Rees (2013, p. 74), “E em meio a essa nova crise econômica, milhões de alemães seriam receptivos à oferta carismática de liderança por parte de Hitler [...]”.

Entre 1929 e 1933, milhões de alemães deram as costas às suas alianças partidárias anteriores e decidiram apoiar Adolf Hitler e os nazistas – e o fizeram sabendo que Hitler pretendia destruir o sistema democrático alemão e apoiava atos de violência criminal. (REES, 2013, p. 75).

O início da década de 1930 foi terrivelmente difícil para os alemães. Novos moradores de rua surgiram, adultos e crianças vendendo tudo que podiam, uma onda de furtos assediou Berlim e homens e mulheres se prostituindo abertamente nas ruas. O desemprego atingiu tanto as grandes cidades quanto o campo, não tinha para onde escapar.

No começo do ano de 1932 o número de alemães desempregados chegava na casa de milhões. Mais de seis milhões de alemães encontravam-se sem emprego, foi registrado que os desempregados e seus dependentes somavam um quinto da população da Alemanha (quase 30 milhões de pessoas). Nessa época não tinha muitas escolhas, e entre elas era ou se aliar aos comunistas ou ao Partido Nazista, o que contribuiu muito para a divisão entre o povo, que já estava dividido. Confrontos violentos nas ruas aconteciam com frequência.

Em meio a essa inquietação civil – confusão que os próprios nazistas estavam ajudando a criar -, Hitler tentava se posicionar como o messias político que tiraria a Alemanha do caos. Nesse contexto, ele enfatizava os temas de renovação nacional. Falava em remover o sistema democrático que alegava ter fracassado com a Alemanha; e ‘corrigir’ os ‘erros’ do Tratado de Versalhes. (REES, 2013, p. 80).

No ano de 1932 ocorreram as eleições presidenciais. Hitler acabou em segundo lugar, mas obteve 30% dos votos populares no primeiro turno das eleições, e quase 37% no segundo turno. Se tornando assim, depois do presidente eleito – o então ex general do

exército alemão Paul von Hindenburg -, o indivíduo mais importante da política alemã. Porém, os nazistas eram agora o partido que mais ocupava cadeiras no *Reichstag*².

O então presidente do *Reich*, Hindenburg não gostava de Hitler, portanto, não o queria em seu governo. Porém, ele sendo uma importante figura política, considerou em recebê-lo em alguma posição que não fosse principal. Foi então ofertado a Hitler o cargo de vice-chanceler da Alemanha. Porém, quase que imediatamente Hitler rejeitou a oferta, dizendo que só aceitaria algum cargo no governo se fosse o cargo de chanceler.

Como Hermann Göring lembrou em seu julgamento, após a guerra, ‘houve uma conversa e (quando) o nome de von Papen foi dito ao presidente, como candidato a chanceler do *Reich*, e Hitler deveria se tornar vice-chanceler de seu gabinete, eu me lembro de ter dito a Herr von Papen, à época, que Hitler poderia se tornar uma série de coisas, porém, jamais vice. O que quer que ele fosse, ele naturalmente ocuparia a posição mais alta e seria absolutamente insuportável e impensável colocar o nosso *Führer* em qualquer tipo de posição secundária.’ (REES, 2013, p. 91 apud Testemunho de Göring, do dia 80, Tribunal de Nuremberg, 13 de março de 1946).

Franz von Popen era um velho conhecido do presidente Hindenburg, devido isso ele foi escolhido para ocupar o cargo de chanceler do *Reich*. Entretanto, von Popen e Hindenburg queriam acabar com o *Reichstag*, e isso provocou uma nova crise política no país. O resultado foi a renúncia de von Popen do cargo de chanceler.

Um novo chanceler foi eleito pelo presidente, porém este também sofreria do mesmo mal que von Popen. Contudo, von Popen voltaria a tentar formar um novo governo que poria fim a crise política. Ele entrou em contato com Hitler e concordou em ceder o cargo de chanceler ao partidário nazista e ficaria como seu vice.

Hindenburg ainda era indiferente a Hitler, porém ele se encontrava num impasse. Ou ele aceitava Hitler como seu chanceler ou corria o risco de ver uma ditadura imposta por seu atual chanceler. Confiando em von Popen e não querendo uma possível ditadura imposta ele acabou cedendo.

Hindenburg resistiu até a tarde de domingo, 29 de janeiro de 1933. Somente então ele disse a Von Papen que estava pronto a aceitar Hitler como chanceler. Às 11h horas da manhã seguinte, Hitler alcançou o objetivo pelo qual se esforçara – ele se tornou chanceler da Alemanha. (REES, 2013, p. 98).

Adolf Hitler se tornou chanceler do *Reich*³, porém ele sabia que não poderia governar do jeito que queria devido a dois problemas. Primeiro, para qualquer ação que

² Parlamento Alemão.

³ Em português significa, literalmente, reinado, região ou rico.

fosse tomar ele teria que ter o consentimento do presidente. Segundo, como o líder carismático que era, ele precisava ter o apoio das massas.

Como chanceler, Hitler começou a perseguir seus inimigos. Vários comunistas e judeus foram perseguidos e presos e eram tratados com crueldade e violência. Depois ele proibiu ações isoladas, e em 21 de março de 1933 foi aberto o primeiro campo de concentração em Dachau, localizado na periferia de Munique.

O pai de Rudi Bamber, por exemplo, foi uma das vítimas do início do regime nazista. Soldados nazistas o levaram, junto com um grupo de outros judeus, para um estádio esportivo em Nuremberg e os fizeram aparar a grama com os dentes. (REES, 2013, p. 104).

Em 27 de fevereiro de 1933, um comunista holandês chamado Marinus van der Lubbe, provocou um incêndio no parlamento alemão. Esse ato, aumentou o medo na população de uma revolução comunista, e como resultado, serviu para justificar a opressão aos inimigos dos nazistas.

Hitler, mesmo como chanceler não tinha o apoio do presidente nem de toda a população. Portanto, o partido nazista com a ajuda do partido católico, conseguiram aprovar a Lei da Habilitação, que permitia a Hitler emitir decretos sem se submeter ao presidente Hindenburg. Consequentemente, todos os partidos (exceto o partido nazista) foram banidos da Alemanha. E também começou a remover os judeus do serviço público e das universidades.

A falta de apoio que Hitler tinha da população, logo iria mudar. Em 1934 o comandante da SA⁴, Ernst Röhm queria que a SA fosse reconhecida como a força militar proeminente do *Reich*. Consequentemente, isso não agradou em nada o exército alemão. Hitler, porém, sabia que tinha que agir sabiamente, e preferiu por prender e matar Röhm.

A morte de Ernst Röhm, foi uma reviravolta para Hitler. Pois, a partir disso ele se posicionou como o protetor da Alemanha, portanto, conseguiu ser aclamado em todo o país. O apoio a Hitler era tamanho depois do ocorrido, que ele conseguiu chegar ao cargo de chanceler e chefe de Estado da Alemanha. Se tornando comandante supremo do país.

Quando o presidente Hindenburg morreu, em 2 de agosto de 1934, [...] Hitler foi confirmado, por aclamação, como chanceler e chefe de Estado, tendo sido abolido o cargo de presidente do *Reich*. Então, em 20 de agosto, todos os membros das Forças Armadas e todos os oficiais públicos fizeram um juramento de lealdade a Hitler, pessoalmente, como '*Führer* do *Reich* alemão'. (RESS, 2013, p. 121).

⁴ Abreviação de *Sturmabteilung*, foi a milícia paramilitar nazista.

Após chegar ao poder absoluto na Alemanha, Hitler e seu ministro da propaganda Joseph Goebbles, montaram um programa de propaganda para ascender a imagem de um grande líder carismático. A propaganda na imagem de Hitler, foi muito significativo para criar e enaltecer o mito do *Führer*⁵.

A propaganda junto com o carisma de Hitler deu tão certo que as pessoas tinham mais confiança e autoestima, só por terem fé em seu líder. Seus discursos diziam como sua chegada a grande líder tinha sido ordem da Providência divina e que ali era seu lugar de direito.

[...] Göring em 1934: ‘Há algo místico, inexpressível, quase incompreensível nesse homem... Nós adoramos Adolf Hitler, pois acreditamos firme e profundamente que ele nos tenha sido mandado por Deus, para salvar a Alemanha... Não há qualidade que ele não possua, no mais alto grau... para nós, o *Führer* é simplesmente infalível em todas as questões políticas e todos os outros assuntos que digam respeito aos interesses nacionais e sociais do povo.’ (REES, 2013, p. 123 apud GÖRING, 1934, p. 51-2).

Segundo Rees (2013, p.135) “Conforme Hitler descobriu, é muito mais fácil para os líderes carismáticos se definirem por quem eles odeiam do que pelo que acreditam.”. Portanto, Hitler impôs um inimigo comum a todos os alemães, os judeus. E em sua mente, ele criou um mundo onde os judeus estavam fazendo uma conspiração mundial, e assim como ele acreditava nisso, o povo também acreditou.

O *Führer* disseminou que os judeus estavam por trás do governo de Stalin na União Soviética. Essa teoria se tornou convincente, visto que ele queria conquistar as terras do Leste Europeu, para que essas terras se tornasse o que ele chamaria de “espaço de habitação”, onde o *Reich* construiria suas indústrias e instauraria um império nazista. Colocar os judeus como conspiradores, justificava a Alemanha adentrar em uma nova guerra.

Convencido de que entraria em uma nova guerra pelas terras do Leste Europeu até a União Soviética, em outubro de 1936, Hitler indicou Hermann Göring, para chefiar o plano dos quatro anos. Esse plano consistia em preparar a Alemanha para a guerra. Portanto, ele ficaria responsável em investir mais gastos em armamentos e diminuir a dependência que o país tinha na matéria-prima estrangeira, isso tudo mantendo uma perspectiva de vida aceitável ao povo alemão.

⁵ Em português, condutor, guia, líder ou chefe.

Em 1937, Hitler se reuniu com o alto escalão de seu governo – que se tornou uma das reuniões mais importante do Terceiro *Reich* - para abordar sua intenção de forçar uma união com a Áustria e extinguir a Tchecoslováquia até o ano de 1943-45. Os integrantes da reunião discordaram imediatamente dessa ideia pois geraria um conflito com a França e a Grã-Bretanha.

Ao fim da reunião, o ministro da Guerra, Werner Blomberg e o chefe do Exército, Werner Fritsch, foram exonerados dos cargos e Hitler se tornou chefe do comando das Forças Armadas, se dirigindo diretamente a ele mesmo. Ele também deu o cargo de ministro de Relações Exteriores a Joachim von Ribbentrop, um homem que tinha como objetivo agradar o *Führer*.

No dia 12 de março de 1938, as tropas alemãs entraram na Áustria. Porém, diferente do que o alto escalão do governo tinha dito, o exército alemão foi recebido com flores pelos austríacos. A França e a Grã-Bretanha não fizeram nenhum movimento contra a fusão Alemanha-Áustria (*Anschluss*). Nesse mesmo dia Hitler falou da sacada da Prefeitura de Linz (cidade austríaca), a uma multidão extasiada.

Naquela noite, ao falar da sacada da Prefeitura de Linz para uma multidão extasiada, na praça principal, ele (Hitler) disse: ‘O fato de que a Providência um dia me chamou desta cidade para a liderança do Reich deve ter significado que estava me dando uma missão especial, e esta só pode ter sido a missão de restituir meu amado lar ao Reich alemão!’ No dia seguinte, ele assinou uma proclamação anunciando que a Áustria agora havia sido unificada à Alemanha [...]. (REES, 2013, p.157 apud DOMARUS, 1992, v. 2, p. 1050).

Após tomarem a Áustria, começou uma perseguição aos judeus antes nunca vista nem mesmo na Alemanha. Isso pode ser explicado pelo fato que 4% da população austríaca era judia, contra 0,76% na Alemanha. Em 26 de abril de 1938, os nazistas começaram a confiscar as propriedades de alto valor dos judeus alemães, médicos, advogados, dentistas e veterinários foram proibidos de trabalhar para clientes arianos.

Em julho de 1938, o presidente americano Franklin Roosevelt convocou uma conferência internacional para discutir sobre a situação dos judeus na Alemanha e Áustria, mais de trinta países participaram da conferência. Hitler expressou que mandaria de bom grado os judeus à disposição desses países, porém dos trinta países apenas a República Dominicana ofereceu probabilidade de aceitar um número considerável de judeus. O restante, não ofereceu muita ajuda. O resultado da conferência foi a manchete no jornal alemão *Völkischer Beobachter*, “Ninguém quer ficar com eles”.

No ano de 1939, em um acordo com o governo britânico, uma parte da Tchecoslováquia (onde viviam o povo com origem alemã), foi concedida a ser novamente parte da Alemanha. Não satisfeito com o feito, em 14 de março em uma reunião com o presidente e o ministro das Relações Exteriores tchecos, Hitler ameaçou invadir o que restou do país tcheco. O presidente tcheco Hách, para evitar o pior, consentiu em entregar o que restava da Tchecoslováquia.

Em 24 de agosto de 1939, foi assinado um pacto de não agressão entre a Alemanha e a União Soviética. Hitler tinha planos de invadir a Polônia, porém o país tinha a garantia dos britânicos de que a Alemanha não os atacaria. Portanto, para evitar uma guerra com dois *fronts*, ele optou pelo pacto de paz com a União Soviética.

Pessoas no alto escalão do governo nazista tinham tentado persuadir Hitler a não invadir a Polônia e assim impedir um conflito com a França e a Grã-Bretanha. No entanto, o *Führer* só tinha um foco, que era criar um grande império alemão. E assim, em primeiro de setembro de 1939, o exército alemão invadiu a Polônia. Dois dias depois, em três de setembro, a França e Inglaterra declararam guerra contra o Terceiro *Reich*.

A Polônia teve seu exército destruído pelos alemães, e em 28 de setembro Varsóvia (capital polonesa) foi invadida pelo exército alemão. Na invasão a Polônia o ataque aos civis foi aterrador. Os alemães, além de cometerem o assassinato de mulheres, crianças e idosos, queimaram sinagogas com pessoas dentro e queimaram casas aos redores das sinagogas. Estima-se que cerca de 50 mil poloneses foram mortos pelos alemães até o fim de 1939.

Em 9 de abril de 1940, para proteger as reservas de ferro da Suécia que chegavam à Alemanha pelo porto de Narvik (Noruega), os alemães invadiram a Dinamarca e a Noruega, e conseguiram vitórias em pouco tempos. O que causou uma grande surpresa aos aliados.

No dia 10 de maio de 1940, com uma tática considerada de grande risco, os alemães conseguiram invadir a França e obtiveram uma inesperada vitória. No mesmo dia o exército alemão começou uma invasão aos Países Baixos, e alcançaram o mesmo objetivo que na França. Em 22 de junho a França assinou um armistício com a Alemanha. Além, de uma grande vitória contra a França as tropas britânicas foram forçadas a recuar e com a ajuda de embarcações civis, o exército britânico atravessou o Canal da Mancha, deixando para trás uma grande quantidade de armamentos.

Com a vitória sobre a França e o recuo das tropas britânicas, a Alemanha enfrentava um novo problema. A Inglaterra não admitia a derrota, e não estavam

interessados em aceitar um acordo de paz. Em uma transmissão de rádio no dia 22 de julho de 1940, Lord Halifax (secretário de Relações Exteriores britânico) deixou claro as razões da rejeição do acordo de paz.

Ele (Hitler) diz que não tem desejo de destruir o Império Britânico, mas em seu discurso não havia qualquer menção de que a paz seria baseada na justiça, nenhuma palavra de reconhecimento de que outras nações da Europa tivessem qualquer direito à autodeterminação, princípio que ele frequentemente evoca para os alemães. Seu único apelo foi baseado no instinto de medo, e seus únicos argumentos foram ameaças... E ninguém tem qualquer dúvida de que, se Hitler obtivesse êxito, seria o fim para muitos, além de nós, o fim de todas as coisas que, como dizemos, tornam a vida digna de ser vivida. Nós temos consciência de que a luta pode nos custar tudo, mas só pelo fato de que as coisas que defendemos são dignas de qualquer sacrifício, é um privilégio nobre sermos os defensores de coisas tão preciosas. (REES, 2013, p. 251 *apud* LORDE HALIFAX, transmissão pela Rádio BBC em 22 de julho de 1940.).

A Alemanha estava em um impasse, qual o próximo passo a tomar? Dentre todas as opções possíveis, Hitler deliberou em invadir a União soviética e acabar com o pacto de não agressão que tinha com Stalin. E foi o que fizeram na data de 22 de junho de 1941, na maior invasão da história.

Para sustentar o exército alemão em terras soviéticas, Hitler, junto com seu alto escalão do governo, arquitetou o plano da fome, que consistia em pegar toda a comida que e isolar os habitantes para deixá-los morrer de fome. Não foi uma tarefa fácil, mas o exército conseguiu cumprir a meta em algumas cidades soviéticas, entre elas Leningrado (hoje São Petesburgo) e Cracóvia.

Os alemães tiveram várias dificuldades, mas finalmente tinham conseguido chegar à Moscou, e estavam a 20 km do Kremlin. Contudo, em 5 de dezembro de 1941 os soviéticos lançaram um contra-ataque, mais de 1 milhão de soldados soviéticos caíram sobre os alemães. Essa foi a primeira perda significativa dos alemães.

A situação piorou quando 7 de dezembro o Japão atacou a base americana de Pearl Harbor e conseqüentemente, a América tinha ingressado na guerra. Quatro dias depois, a Alemanha declarou guerra aos Estados Unidos. Na verdade, extraoficialmente, os Estados Unidos já estavam em guerra, pois estavam ajudando os britânicos no Atlântico e Roosevelt tinha deixado óbvio seu comprometimento de ajudar a Inglaterra. Porém, achando que os Estados Unidos se concentrariam na guerra do Pacífico, Hitler se concentrou na sua guerra do Leste.

No verão de 1942, os alemães tiveram uma pequena esperança de que talvez o conflito pudesse terminar favoravelmente. Os americanos estavam concentrados nos japoneses no extremo Oriente, no Deserto ocidental os alemães fizeram 30 mil aliados de

prisioneiros em 20 de junho. No mar do Ártico, no começo de julho, submarinos e aeronaves alemães detonaram um comboio aliado e destruíram 24 de 39 navios de rota, com suprimentos para a União Soviética. E ao sul da Rússia, o exército alemão estava fazendo um rápido progresso, rumo a Stalingrado e aos campos de petróleo, no Cáucaso.

Em 19 de novembro de 1942, o exército alemão foi cercado pelos soviéticos em Stalingrado. E em 30 de janeiro de 1943, o cerco de Stalingrado chegou ao fim e os alemães foram presos. Em maio de 1943, a Marinha alemã foi forçada a recuar todos os seus submarinos no Atlântico Norte, devido a tecnologia dos navios britânicos que conseguiam localizar os submarinos alemães. Sem contar que os britânicos decifraram os códigos navais alemães e tinham uma defesa aérea mais eficaz aos comboios do Atlântico. Portanto, a Alemanha não podia cortar essa rota de suprimentos entre Inglaterra e Estados Unidos.

[...] a Alemanha não podia ganhar essa guerra. A Marinha alemã não tinha resposta aos avanços tecnológicos no Atlântico, e o Exército alemão não tinha resposta ao alerta estratégico crescente e à potência do Exército Vermelho, no *front* oriental. Quanto à Força Aérea alemã, a inabilidade da *Luftwaffe* em proteger as cidades alemãs aos ataques era demonstrada para que todos vissem. Em março de 1943, um bombardeio extenso sobre a área industrial da região de Ruhr começou. E as explosões em Hamburgo, como resultado de ataques à bomba no fim de julho, mataram mais gente – 40 mil – do que as vidas perdidas em Londres, no curso inteiro de Blitz. Na guerra de bombardeio, assim como na batalha do Atlântico, foi essa mesma combinação de melhores inovações dos aliados que agora fazia os alemães sofrerem. (REES, 2013, p. 333).

Em 25 de julho de 1943, o Grande Conselho Fascista da Itália, vendo o rumo que a guerra estava tomando, votou por tirar Benito Mussolini do poder. Pouco depois os italianos romperam sua aliança com a Alemanha e tentaram se retirar da guerra. Ainda no verão de 1943, com a derrota da ofensiva aos arredores de Kursk (cidade russa), marcou o fim da pretensão de que o exército alemão conseguiria montar um grande contra-ataque de sucesso no *front* oriental.

Visto que perderiam a guerra alguns oficiais permaneceram fiéis a Hitler, porém alguns viram que a única forma de evitar mais sofrimento seria em matar o *Führer*. Durante março de 1943 e julho de 1944, Hitler sofreu três tentativas de assassinato.

Em 20 de outubro de 1944, os soviéticos entraram na Alemanha e conquistaram a cidade de Nemmersdorf no Leste da Prússia, e cometeram uma série de atrocidades contra o povo. Eles assassinaram civis e violentaram mulheres e meninas e depois as assassinaram.

A dimensão de recursos dos aliados tornava insignificante qualquer ação dos alemães. No ano de 1944, os alemães tinham feito pouco mais de 35 mil bombardeiros e aviões de combate, enquanto a Inglaterra, os Estados Unidos e a União Soviética produziram quase 130 mil. Mesmo com o rompimento da aliança entre os aliados e a União Soviética, era óbvio o destino da Alemanha.

Os alemães quase não tinham mais matéria-prima, em abril de 1944 os soviéticos tinham tomado os poços de petróleo romeno e, portanto, a máquina de guerra alemã só poderia durar mais alguns meses. O custo humano de continuar com a guerra era tremendo, quase dois milhões de alemães tinham morrido em 1944 e em 1945 mais 400 mil tinham morrido só em janeiro.

Os aliados estavam intensificando mais seus ataques no solo alemão e em 13 de fevereiro e 15 de fevereiro de 1945 eles fizeram um ataque a cidade de Dresden, 1300 bombardeiros lançaram 3900 toneladas de dispositivos incendiários e bombas na cidade. Em 16 de março bombardeiros britânicos lançaram quase mil toneladas de bombas em Würzburg, mais de 80% do centro da cidade tinha sido destruído.

Muitos alemães, não conseguiam imaginar a Alemanha depois do Terceiro Reich, e devido isso houve suicídio em massa em toda a Alemanha. Em uma escala jamais vista na Europa Ocidental. Na cidade de Leipzig a 160 km de Berlim, metade da cidade havia se matado. Em maio e abril de 1945 houve cinco mil suicídios em Berlim.

Em 20 de abril no aniversário de Hitler, mais de 1 milhão de soldados do Exército Vermelho circulavam em Berlim. Pouco mais de cem mil soldados alemães defenderam a cidade.

Na véspera do aniversário de Hitler em 1945, o *Führer* se despediu de seu alto escalão do governo e entrou no *Führerbunker* em Berlim. Em 23 de Abril Heinrich Himmler, encontrou o diplomata sueco, conde Folke Bernadotte e acreditando que Hitler em breve se suicidaria autorizou ao diplomata dizer aos aliados que a Alemanha se renderia a eles, mas não ao Exército Vermelho.

Na noite seguinte em 24 de abril Hitler escreveu seu testamento. O único de seu alto escalão a ficar com ele até o fim, foi Joseph Goebbles, ministro da Propaganda que escolheu (junto com a esposa e seis filhos) morrer no *bunker* com Hitler. Pouco antes da meia-noite no dia 28 de abril, Hitler escreveu seu testamento político, nesse documento ele dita sua ira contra os judeus e culpa os judeus pela deflagração da Segunda Guerra Mundial.

Adolf Hitler cometeu suicídio pouco depois de 15h30, em 30 de abril de 1945. Ele tomou uma cápsula de veneno, porém com medo de o veneno não surtir efeito e ser pego vivo pelos aliados, ele deu um tiro na cabeça.

2.1 O NAZISMO NO BRASIL

Devido à crise enfrentada na Alemanha após a Primeira Guerra Mundial, e o desenvolvimento industrial e devido demanda de mão de obra qualificada um grande número de alemães imigraram para o Brasil. Em 1939, o número de imigrantes alemães no Brasil chegava perto de 230 mil pessoas, e estavam concentrados em São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Houve duas ondas de imigração alemã para o Brasil, a primeira foi no século XIX, a segunda nas décadas de 1920 e 1930. Os imigrantes alemães do século XIX ainda mantinham vários hábitos da cultura alemã, porém com a distância geográfica e o passar do tempo, houve mudanças culturais marcantes.

Os imigrantes alemães das décadas de 1920 e 1930 mantinham uma forte ligação com seu país natal, por isso viviam em comunidades isoladas e preservavam a língua e a cultura alemã. Com a chegada de Hitler ao cargo de Chanceler e chefe de Estado alemão, os nazistas fizeram sua propaganda em outros países para alcançarem mais seguidores.

Oficialmente, o Partido Nazista organizado no Brasil nunca existiu devido o partido não ter sido registrado na Justiça Eleitoral do Brasil. O partido chegou a ter 2.822 membros e foi o maior Partido Nazista fora da Alemanha. Somente os alemães natos podiam ser membros, brasileiros que eram descendentes só podiam ser simpatizantes. A maior parte desses nazistas se concentrava em São Paulo.

Documentos mostram que o Partido Nazista do Brasil foi fundado em Timbó, Santa Catarina em 1928. Devido não ser oficialmente um partido o presidente da época Getúlio Vargas e os governadores não se incomodavam com ele, eles até simpatizavam com os nazistas e participaram de suas festividades.

Muitos imigrantes alemães, não simpatizavam com a ideologia do Partido Nazista, porém eles simpatizavam com Hitler e a ideia do Terceiro *Reich*. Muitos também aderiram ao nazismo devido ao fato de garantir benefícios materiais no Brasil em compensação por se juntar à causa.

Os simpatizantes do nazismo não cresceram em comunidades rurais, eles se concentravam nas cidades. Por mais que não fossem muitos, os nazistas tinham uma boa

representatividade na comunidade alemã no país. As comunidades alemãs, construíram escolas comunitárias para que as crianças tivessem uma educação em alemão, quando o Nazismo assumiu o poder na Alemanha, havia 1260 escolas comunitárias alemãs no Brasil, com 50 mil alunos.

O governo alemão destinou grande quantia de dinheiro para financiar essas escolas. Em 1933, em algumas dessas escolas era possível se deparar com estandartes com a bandeira nazista e fotos de Adolf Hitler, e eram enviados para algumas delas professores vindos diretos da Alemanha. Em 1937, o governo alemão previu um orçamento de 4 milhões de marcos para as escolas alemãs na América do Sul.

A comunidade judia no Brasil era pequena, portanto os nazistas não tinham muito contato. Contudo, os negros e mestiços representam grande parte da comunidade brasileira e eles foram os principais alvos dos nazistas no país.

O governo de Getúlio Vargas durante toda a década de 1930, mantinha relações próximas com a Alemanha. Além das grandes trocas comerciais com o Terceiro *Reich*, o Brasil tinha com a Alemanha acordos políticos velados, para lutar contra o comunismo. E isso incluía a expulsão de judeus e enviados a Alemanha, como Olga Benário.

O Brasil mantinha relacionamentos cordiais tanto com a Alemanha quanto com Estados Unidos, os acordos comerciais eram favoráveis. Porém com o início da guerra, e consequentemente a entrada dos Estados Unidos ao conflito e o bombardeio de navios na costa brasileira por submarinos alemães, fizeram com que Vargas em 1942 quebrasse os acordos com a Alemanha e se pusesse ao lado dos aliados.

Com a quebra dos acordos entre Brasil e Alemanha, e o Brasil ter se juntado aos aliados na Segunda Guerra Mundial, os alemães foram perseguidos em todo o país e presos. Não se podia falar alemão em público, o governo brasileiro começou a agregar qualquer tipo de manifestação da comunidade germânica como uma ameaça.

Nos dias de hoje, é possível identificar algumas atividades relacionadas ao Neonazismo.

Em maio de 2017, A Universidade Federal do Rio de Janeiro, apurou uma denúncia de apologia ao nazismo. A reportagem do jornal O Dia, relata que um casal entrou na sala do DCE⁶ Mário Prata com um quadro que mostrava uma mulher negra mutilada e que continha imagens da suástica, além disso encontraram dentro do campus da Praia Vermelha pichações com o símbolo da suástica.

⁶ Diretório Central dos Estudantes.

No jornal eletrônico G1, em novembro de 2015 um homem de 65 anos que morava em São Cristovão foi indiciado, pois fazia divulgação do nazismo. Ele tinha um adesivo no carro com o símbolo da suástica, na casa do indivíduo foram encontrados adesivos com a águia nazista e revistas sobre Adolf Hitler e o Holocausto, também foram encontrados uma arma e munições.

2.2 HOLOCAUSTO

“Holocausto” é uma palavra de origem grega que significa “sacrifício pelo fogo”. O significado moderno da palavra significa a perseguição e o extermínio sistemático dos judeus pelo regime nazista da Alemanha. Foi calculado que cerca de 6 milhões de judeus foram mortos durante a Segunda Guerra Mundial.

O preconceito contra os judeus vem desde a Idade Média. Os judeus não acreditam que Jesus seja divino, em sua crença Deus ainda não enviou o Messias. Por não serem cristãos, eles foram discriminados e perseguidos. Em Portugal e na Espanha, eles foram queimados nas fogueiras da Inquisição e na Rússia czarista eles foram linchados.

Os nazistas, portanto, não criaram o antissemitismo, mas afluíram um preconceito que já existia. A primeira restrição que os nazistas fizeram aos judeus foi expulsá-los das escolas, das universidades e dos serviços públicos, depois disso, rapazes da Juventude Nazista incendiaram lojas e oficinas judias. Os judeus com alto poder aquisitivo tiveram seus bens tomados. Além disso, em 1938 foram obrigados a acrescentar Israel como nome do meio para homens e as mulheres o nome do meio seria Sara para diferenciá-los dos alemães.

Os nazistas acreditavam que os judeus eram judeus devido ao sangue, por isso eles não podiam ser convertidos para um estilo de vida alemão, a única solução era matá-los. Livros infantis foram escritos, jogos criados para disseminar a ideologia antissemita.

Antes da Segunda Guerra Mundial estourar, os judeus tinham sido mandados para guetos na Polônia. Nesses guetos milhares foram mortos, pois sofriam o pior dos tratamentos, mesmo com o começo da guerra os guetos ainda continuaram existindo. Os guetos foram criados, para concentrá-los para depois serem mandados para os campos de concentração e extermínio.

Em junho de 1941 quando os Alemães invadiram a União Soviética, eles fizeram um assassinato em massa até o fim do verão do mesmo ano. Esses assassinatos em massa, a medida que o exército alemão se deslocava ficou conhecido como extermínio móvel.

Os alemães não matavam só os homens, matavam mulheres e crianças das cidades. Em um dia eles matavam aldeias inteiras, por fuzilamento.

Em janeiro de 1942, em uma conferência do governo nazista, foi decidido a morte de todos os judeus europeus. Nessa conferência, foram estudadas as ações que seriam feitas para iniciar a aniquilação do povo judeu. Como seriam deportados, para onde seriam levados e etc. Linhas de trens e vagões foram construídos para levar os judeus dos guetos para os campos de concentração e aos de extermínio.

Em um dia os alemães transportavam de 8 a 10 mil judeus dos guetos aos campos pelos trens. Os judeus eram alocados em vagões de carga que podiam ser trancados por fora, em cada vagão com capacidade de comportar 40 pessoas, eram alocados de 100 a 110 judeus. Os oficiais alemães trabalhavam meio período aos sábados, portanto, eles deixam os judeus presos dentro dos vagões até a manhã de segunda-feira quando eles voltavam ao serviço.

Quando chegavam nos campos de extermínio, os judeus eram obrigados a deixar suas bagagens de lado e iam para os barracões de triagem, e depois iam para barracão onde eram obrigados a se despir e depois disso obrigados a “tomarem banho”, eram enviados aos “chuveiros”, em vez de sair água, era liberado o gás venenoso Ziklon-B que asfixiava as pessoas.

Havia uma fábrica subterrânea de foguetes, chamada (Dora-Mittelbau) na Alemanha que ficava embaixo de uma montanha, onde era praticado o trabalho escravo. Os trabalhadores entravam na fábrica e viviam por semanas e até meses, não havia muita circulação de ar, eles eram obrigados a escavar as pedras com as próprias mãos, eles não podiam sair de dentro da fábrica, dormiam sobre as pedras, não tinham roupas apropriadas para o trabalho, não podiam se lavar de forma alguma, de 35 a 40% das pessoas que trabalharam na fábrica morreram sem ver a luz do sol, pessoas morriam com 3 a 4 dias de trabalho, eles simplesmente trabalhavam e morriam.

No campo de extermínio de Auschwitz, foram 1 milhão de pessoas mortas. No campo de Sobibor foram, 167 mil. Cerca de 3 milhões de pessoas morreram nos campos de concentração e extermínio. Com o fim da guerra os aliados obrigaram os alemães que viviam nas redondezas dos campos a verem o que os nazistas fizeram em “nome da Alemanha”.

O Holocausto se define pela perseguição e morte dos judeus, porém é preciso ser lembrado que várias minorias foram perseguidas. Os ciganos, os russos, poloneses, negros, homossexuais, comunistas, todos eles foram perseguidos e mortos pelos nazistas.

Além destas minorias, houve na Alemanha o programa de eutanásia, que consistia em esterilizar e matar por gás ou injeção letal, os deficientes físicos e mentais alemães. Foi o primeiro programa de assassinato em massa no país.

Hoje em dia, os alemães têm que viver com essa história, pois é a história da nação deles, a história dos seus antepassados, e é visto que alguns preservam a história para que isso jamais aconteça novamente.

3 CARTAZES

Com a revolução industrial e a era do capitalismo foi visto que uma onda crescente de consumo foi tomando conta da nossa sociedade. Porém, se para se vender é preciso criar uma necessidade, como disseminar essa necessidade as massas? Ou talvez, não com o propósito de vender algo, mas apenas o propósito de influenciar as pessoas, não só um bocado delas, mas para um grande número de pessoas?

Existem vários mecanismos para influenciar ou como os psicólogos chamam “sistema de motivações”, para estimular algo. E nada foi tão eficaz quanto a publicidade, e um dos aspectos mais essenciais para a publicidade é o cartaz.

Depois da invenção da fotografia, a civilização se tornou adepta das imagens, pois era uma forma de mostrar o que se via em determinado espaço e tempo. O cartaz sendo uma das evoluções da fotografia se tornou um dos principais suportes de propaganda do mundo. Segundo Moles (1974, p. 15), “Muitas vezes já se disse que a civilização contemporânea era a *civilização da imagem*, que era o que ela tinha de mais específico com relação a todas as civilizações passadas.”. A imagem vem mostrando um papel mais indispensável que o texto, pois é mais assimilável.

O cartaz nasceu da vontade de difundir o anúncio impresso e o cartaz publicitário, isto é, finalmente do texto que se desejou ilustrar a partir do momento em que: 1) a técnica de impressão de imagens havia efetuado progressos suficientes; 2) a aceleração do fluxo de trocas individuais obrigava a se tentar fazer passar para o espírito do receptor mais elementos em menos tempo. (MOLES, 1974, p. 21).

Na nossa sociedade que pode ser chamada civilização automóvel, é comum sermos rodeados por propagandas rápidas que não tirem por mais tempo que o necessário a atenção dos motoristas. Mas os olhos são atraídos, pelas cores, pela beleza dos modelos ou simplesmente pelo slogan impactante que nos chama a atenção. E tudo isso acontece em milésimos de segundo.

O Cartaz é conhecido como uma forma de propaganda imediata, se utiliza de suas formas semânticas e estética para capturar a atenção do observador. Devido a sua simplicidade e rapidez o cartaz é usado para disseminar todo o tipo de propaganda direcionado a atingir as massas.

A linguagem usada nos cartazes, diferente de folhetos, revistas e etc. como já foi dito tem que ser rápida, portanto, o texto tem que ser totalmente resumido a pelo menos

uma frase, de preferência uma frase impactante que chame a atenção, mesmo sendo um cartaz publicitário ou de propaganda.

Numa sociedade onde a leitura é totalmente difundida é quase impossível se ver um cartaz sem um sistema semântico, porém não é inconcebível, onde a leitura não é totalmente disseminada e nesse contexto a imagem deve se exprimir apenas pela sua força.

Diferente do folheto, o cartaz não precisa ser impresso aos milhares para serem entregues de mão em mão, nesse contexto o cartaz se torna mais barato e se interage mais com a paisagem urbana.

Os cartazes de propaganda e os cartazes publicitários se diferem um do outro. Cada um tem sua função. Os cartazes de propaganda são oriundos de órgãos não publicitários que desejam levar suas ações ao conhecimento do público, ou influenciar o pensamento dele. Realmente é um pouco mais difícil pensar em cartazes de propaganda, mas em países não capitalistas, como Cuba, eles representam grande maioria senão a exclusividade das imagens expostas em muros.

O publicitário por sua vez tem a função explícita de motivar o consumo. Em tempos antigos era um elemento que auxiliava e doravante são os “motores” da nossa sociedade de consumo. O cartaz publicitário é mais fácil de ser visto na nossa sociedade capitalista.

O cartaz comercial ou publicitário tem que ser atrativo. A cor desempenha um papel fundamental, porém não exclusivo. A atração deve ser baseada numa mensagem simples e fácil de ler, unindo três elementos, o apelo da marca, a evocação e a figuração. Esses elementos, juntos com os impulsos principais dos indivíduos, constitui a alma da publicidade nos cartazes.

A primeira coisa que chama a atenção nos cartazes são suas imagens, para depois o texto ser assimilado. Em cartazes mais antigos, os textos eram maiores. Se utilizava mais textos que imagens, portanto, o tempo de fixação era maior, se lavava minutos para o receptor entender a mensagem contida ali. A medida que a sociedade vem “acelerando”, a época do “tempo é dinheiro”, o tempo de fixação dos cartazes virou de minutos para segundos. Não é exato, mas estima-se que o tempo de exploração total de um cartaz seja de 1 a 2 segundos.

O que incomoda muitos artistas gráficos é exatamente isso, como capturar a atenção e fazer com que a ideia expressa no cartaz seja entendida pelo espectador em questão de segundos?

O cartaz também se define em duas dimensões, a semântica (denotativa) e a estética (conotativa). Como já foi dito, os cartazes faziam muito mais o uso da semântica, da linguagem, do texto para disseminar a informação. Porém, com a evolução ele, passou a fazer o uso mais da estética. A estética do cartaz, atualmente, é mais importante que sua função semântica, a imagem expressa ali, deve dizer por ela mesma.

Nas duas dimensões que caracterizam o cartaz – o aspecto semântico e o aspecto estético – uma contínua evolução o faz passar da dominância semântica – na qual o que está dito – o texto – tem o papel preponderante, à dominância estética, na qual ao contrário, é a imagem, a sensualização desta que constitui a mensagem essencial. (MOLES, 1974, p. 24).

A imagem deve dizer por ela mesma, damos um enfoque na frase porque, com a simplificação necessária da imagem para ser exposta é que surgiram os símbolos. Os símbolos substituem a linguagem, pois eles, mesmo sem a semântica, têm seu significado. Exemplos, a lua do sono tranquilo, coração que representa o amor, a transparência das águas minerais e etc.

O cartaz é uma mensagem da sociedade, do coletivo ao indivíduo, ela não é estática. Com a sua repetição em várias cópias espalhadas pela cidade, o cartaz se fixa no cérebro do indivíduo. É nessa repetição que o indivíduo desmembrar os elementos conotativos e denotativos, para depois reagrupá-los, para então chegar a um significado.

A estética do cartaz, com o passar do tempo vai se desgastando ao olhar, os morfemas e os elementos de estilo se vulgarizam, a partir que ele é compreendido e melhor aceito. Porém, o cartaz constrói slogans e estereótipos da cultura individual e coletiva. Também, assim que envelhece, se rasga e se mancha, materialmente, o cartaz ainda continua fazendo parte do ambiente urbano, lembrando não seu conteúdo, mas sua existência.

Segundo Moles (1974, p. 36) “A história de um país se traduz em seus cartazes: história política, história cotidiana, história econômica.”. É nítida a diferença de cartazes de país para país, até a mesma marca, realiza sua campanha de diferentes maneiras, em seus países de atuação. Isso se dá devido fato que o cartaz precisa estar envolvido culturalmente com os receptores, a propaganda e a publicidade andam de mãos dadas com a cultura.

É comum confundir o cartaz e os anúncios em revistas, jornais e etc. Porém, eles são muito diferentes, mesmo os dois possuindo a mesma função (propaganda ou publicidade, a vontade de transmitir), eles se diferem. O anúncio, além de chamar a

atenção do leitor, conta com o tempo que o leitor deseja dar ao seu estudo ou ao sentimento de fadiga de simplesmente virar a página. Os anúncios têm que lutar para conquistar o interesse do leitor. O Cartaz, por outro lado, o tempo de apresentação é restringido à passagem ou ao relance da vista do espectador. A dialética do cartaz é repetição e cansaço.

Resumiremos esta importante diferenciação entre dois modos de contato muito correntes na sociedade e seu público em três pontos: 1) o anúncio, ao contrário do cartaz, deve ser visto de perto, à distância de leitura; isto determina uma outra condição no jogo entre texto e imagem; 2) a dialética do anúncio é a participação num jogo; ela reclama interesse e mede sua eficácia na obtenção daquele. A dialética do cartaz é 'estímulo e fadiga'; 3) o texto do anúncio pode ser longo, semântico e desenvolver argumentos: pode tender para o artigo de jornal ilustrado. (MOLES, 1974, p. 45).

O cartaz publicitário servia para mostrar e dar a conhecer determinado produto, mostrar determinadas qualidades deste produto, onde ele é vendido e o seu preço. Porém atualmente, ele serve para criar o desejo, que eventualmente se transforma numa necessidade e prepara o indivíduo para o ato da compra.

A propaganda, por outro lado, tenta levar uma mensagem ao cérebro do indivíduo. Usando a repetição, porém sempre inovando a semântica e a estética. Exemplo, as campanhas de “se dirigir, não beba”. Esse é um exemplo claro, pois o tema semântico é sempre o mesmo, “se dirigir, não beba”, porém o tema estético muda, exemplo, o acidente, pessoas chorando, o medo e etc.

Existem diferenças entre a mensagem semântica e a mensagem estética. A mensagem semântica é explicitada e intacta. A estética baseia-se no conotativo, ela precisa de um conjunto de elementos de percepção do indivíduo para passar sua mensagem. Em resumo, a mensagem semântica é consciente, enquanto a estética é inconsciente.

O cartaz, como foi visto tem suas funções. Porém, ele também tem suas funções na cidade. Moles (1974) enumera seis funções. A primeira função é a da informação, ou seja, literalmente informar a mensagem que os seus idealizadores querem disseminar para o público.

A segunda função é a de propaganda e publicidade, ou seja, tem a função de seduzir e convencer. O cartaz como toda forma de arte quer impressionar quem o observa, quer exprimir toda a sua mensagem.

A terceira função é a educadora, o cartaz exprime também a cultura. Como já foi dito, a história de um país é apresentada em seus cartazes. Além, de disseminar questões de comportamento, o conhecimento dos objetos, das funções e dos serviços, política e etc.

A quarta função é função da ambiência. Os cartazes não tem um padrão de lugares a serem colocados. A nossa volta vemos centenas deles, eles realmente fazem parte do cotidiano e urbanismo, ou seja, fazem parte da nossa paisagem.

A quinta função é a função estética. Tem a função de atrair, de mostrar a beleza, de realmente agradar e conseqüentemente agradar significa ter um valor estético. A sexta função é a criadora. Como uma das principais ferramentas do consumismo ou capitalismo, o cartaz tem essa função de criar desejos que tornam necessidades, que resultam a compra. Sem contar na questão artística, que incentiva artistas todos os dias a criar ou adaptar a arte.

Hoje em dia, é quase impossível de se combater a publicidade feita pela televisão e a internet, porém na época em que o autor Moles escreveu seu livro (1974), pesquisas revelaram que o cartaz era o principal modo de publicidade. Os Cartazes e os anúncios eram responsáveis por 75% da tomada de conhecimento de produtos novos no mercado.

O cartaz como já vimos, é um elemento da vida cotidiana urbana. Um estudo feito em 1957, numa cidade na Alemanha determinou que em média os cidadãos encontram cerca de dois cartazes por dia. E determinou que quem prestava mais atenção nessa publicidade eram pessoas com a renda maior.

Moles (1974), explica que esse número deve ser considerado o mínimo, pois a pesquisa não fez distinção entre cidades grandes e pequenas. Ele também cita que numa cidade como Paris, onde pelo menos 5 milhões de pessoas pegam o metrô diariamente, o número cresce de pelo menos 4 a 5 cartazes por dia.

Os artistas que produzem os cartazes devem ter cuidado com a sua originalidade. Pois em certos casos com a originalidade vem o ininteligível e o redundante. O ininteligível é inaceitável, pois se perde a principal função do cartaz que é a informação. Porém, a redundância mesmo que não sendo ideal, é inteligível, porém perde também outra função que é a aprendizagem.

O tamanho do cartaz, pode não parecer importante. Porém, existem padrões e estudos para isso. O tamanho do cartaz não está ligado em metros, mas sim ao ângulo sólido que ele ocupa. Ou seja, com apenas um olhar o indivíduo poder ter uma visão global do cartaz.

A retenção do olhar é de suma importância para a existência do cartaz. Contudo, a retenção do olhar do indivíduo não se dá apenas pelo choque de cores, pois cartazes em preto e branco podem reter muito mais do que os coloridos. A cumplicidade entre o criador e o observador, mesmo que passageira é bem mais atrativa. Exemplo, um choque emocional, um enigma, um jogo rápido etc.

A imagem do cartaz diz tudo sobre ele. E define o quanto de retenção do olhar e vida útil ele vai possuir. Logo, segundo Moles (1974) é preciso estabelecer um grau de iconicidade, na imagem exposta. O grau de iconicidade se liga a semelhança da imagem apresentada ao elemento icônico que ela é incumbida de lembrar ou comentar. Desse modo a iconicidade é ligada mesmo que inversamente com a abstração e o simbolismo sendo um meio termo entre o abstrato e o concreto também se liga ao grau de iconicidade.

Uma dimensão fundamental da imagem é a que está conectada com a compreensão do observador. O grau de complexidade, transmitidas por meio de metáforas, por exemplo, são constituídos pela mensagem do cartaz. É preciso se estar ciente da cultura para quem se destina a mensagem, para que seu entendimento seja possível.

O receptor dos cartazes é um fator chave para o seu desenvolvimento, pois antes que se crie uma necessidade ou uma mensagem é preciso conhecer quem vai ser o destinatário. É nítido que para diferentes públicos, diferentes propagandas e publicidade serão produzidas, e já foi dito que para se criar um cartaz é preciso estudar a cultura do indivíduo. Contudo, depois de delimitar a cultura, é preciso delimitar com mais exatidão qual será o público alvo, exemplo, gênero, idade, classe social e se será um cartaz voltado para o micromeio, ou seja, para centenas ou milhares de pessoas ou macromeio, ou seja, cartazes de massa que atingirá milhões.

As dimensões que define o observador se dividem em duas categorias, o fator psicológico e o fator econômico e social. Entre o fator psicológico existem alguns subfatores que precisam ser analisados. Dentre eles podemos citar a “taxa de atenção geral”, que é o fator de interesse pelo que está a volta do receptor.

O outro fator é o tempo de apreensão disponível, ou seja, quanto tempo este ou aquele indivíduo que está apressado ou apenas passeando, pode destinar a um cartaz. Entra nesse fator também que, existem diferenças entre os cartazes presentes nas ruas e os que estão em uma sala de espera, em uma sala de espetáculo, lugares de repouso e etc.

A “taxa de esforço intelectual” está ligada ao quociente intelectual do indivíduo. Um exemplo, cartazes que estão presentes nos corredores de uma universidade ou de uma

empresa, podem não ser entendidos por pessoas de fora desses ambientes. E também a questão intelectual para se entender uma metáfora que foi usada, é preciso primeiramente a percepção do valor da metáfora.

O nível de cultura está ligado a memória do indivíduo, assim como a biblioteca e os museus guardam a memória de um povo, o indivíduo guarda as suas memórias e a cultura está ligado a isso e ao estilo de vida do receptor. Ou seja, se forma os estereótipos que se tornam um dos processos mais originais de se criar cartazes.

A taxa de implicação está ligada ao modo de vida, ou seja, a divisão em categorias ou “tribos”.

O último fator seria o próprio psicológico, que é ligado aos níveis de consciência e de caráter psicanalítico, ou seja, são as preferências do indivíduo, o que causa as suas motivações. Esses seis fatores que subfatores que englobam o fato psicológico.

O que precisa ser levado em conta são as diferentes necessidades do consumidor, podemos dividi-las em necessidades fisiológicas e necessidades sociais. As necessidades fisiológicas vão exercer uma motivação mais significativa e conseqüentemente criar uma necessidade mais profunda do que a social.

A psicologia da publicidade é tão profunda que uma propaganda é capaz de motivar o indivíduo para que ele mude seu estilo de vida. Exemplo, um indivíduo de classe média baixa vê diariamente propagandas de carros de luxo, a propaganda pode incentivá-lo a crescer na escala social, para que então ele possa ter o poder aquisitivo para comprar o que deseja.

A luta eterna da publicidade é para destacar o produto, quando se cria um produto novo no mercado facilita a sua publicidade. Agora quando se faz a publicidade de um produto banal, como a gasolina, um sabonete e etc. ficasse mais complicado. Pois, como destacar o seu produto dos demais? É preciso se construir uma importância nesse produto, mesmo que seja conotativa. Outro modo, é dar enfoque a funções secundárias, mesmo que elas sejam nítidas, esse ato pode ser chamado amplificação publicitária. Achar novos argumentos para o produto é uma das melhores escolhas, a cada argumento é um cartaz e um anúncio nas revistas. Porém, é preciso reduzir o argumento a uma única frase, a publicidade é inimiga da complexidade.

A palavra chave da publicidade é a repetição, porém o cérebro humano está fadado ao esquecimento. É quase impossível se lembrar de todos os detalhes de certa marca, portanto os publicitários precisam criar um elemento que possa ser exposto em mais de uma campanha do mesmo produto, um elemento que permaneça, que o cérebro humano

possa conectar o novo a um evento antigo. Exemplo, as cores das marcas, os logos ou seus slogans.

Segundo Moles (1974, p.189), “Um dos papéis do cartaz é trazer espontaneidade, calor humano, contato com o inconsciente.”. O cartaz é o contato entre a instituição que o criou e o público. É o que os aproxima, assim como disse Moles um contato com o inconsciente. Pois, para o receptor na sua forma denotativa, observa o cartaz e não pensa muito no assunto. Contudo, no subconsciente ele se sente mais próximo a instituição.

A vida cotidiana nas cidades pode ser considerada entediante, é nessa afirmação que os artistas gráficos e os cartazistas criam sua arte para tirar essa monotonia nas cidades. O mesmo lugar com um cartaz diferente muda completamente, o cartazista, porém precisa focar em disseminar a mensagem que será apresentada no cartaz. Pois a mensagem contida no cartaz tem que ser instantânea, o receptor deve perceber a mensagem numa fração de segundo. As qualidades estéticas do cartaz são consideradas secundárias, por mais que elas auxiliem no fator de retenção do olhar.

A mensagem dos cartazes tem que ser clara e convencer o observador, por isso foram criadas as técnicas de persuasão. São as seguintes: 1) Ordem, exemplo, “compre Batom”; 2) Convicção, “Civic, o melhor carro do ano”; 3) Sugestão de caráter hipnótico, “BATOMBATOMBATOM”; 4) Sugestão com variação eventual, “BATOM BATOM BATOM” ou “batom BATOM”; 5) Associação com uma série, “No Zap imóveis, você compra sua casa, aluga e aluga para temporada.”; 6) Reflexo condicionado, “Se você comprar esse perfume, os homens vão cair aos seus pés.”; 7) Apelo a imagem de si mesmo, “Mães mais cuidadosas, usam Huggies baby.”; 8) Argumentação, “Se não quiser ficar no esfrega esfrega, use Veja multiuso.” 9) Argumentação técnica, “Com o fogão elétrico, a única solução para um bom cozimento, é Astra.”; 10) Atração Surrealista, exemplo, quando uma marca usa uma charada na sua propaganda.

A retórica é parte importante para o cartaz, que no dicionário significa, a arte de bem argumentar. Logo, a retórica auxilia o cartaz e a publicidade no jogo do convencimento e criação das necessidades. Segundo Moles (1974, p. 215), “A retórica aparece aqui como verdadeira ciência da criação da mensagem publicitária.”.

O cartaz se nos apresentou como um estímulo colorido com uma função a cumprir, criado por um artista ligado a uma agência que lhe impõe um caderno de encargos, fazendo do cartaz um elemento, entre outros, da estratégia publicitária. (MOLES, 1974, p. 219).

O cartaz como já dito, tem sua função artística, ele cria choque visual ao receptor que está rodeado pelo cinza das ruas. Os cartazes junto com as vitrines criam esse universo de cores que retém a atenção do transeunte e essa “desordem” de cartazes espalhados pela cidade, dá a impressão de criarem um mosaico nas cidades.

A afixação de cartazes tem de ser estudada, para não criar uma grande densidade de cartazes para não reduzir a retenção do olhar. Muitos cartazes aglomerados próximos a outros reduz a atividade do olho e da percepção, é preciso respeitar a distância e a densidade de cartazes afixados em um mesmo local.

[...] a situação dos cartazes em países não-capitalistas, onde em todo o caso a noção de *empresa* em princípio se confunde com a de *serviço público*, é bem mais favorável; é mais fácil encontrar os elementos de um acordo entre o publicitário e o urbanista: o cartaz não tem necessidade de ser feio, pois não precisa seduzir imediatamente ou violentar o público, e sim impor-se e propor-lhe um valor estético subtendido por motivações gerais, muitas vezes claramente culturais. (MOLES, 1974, p. 233).

O pôster é facilmente confundido com o cartaz, no entanto eles são diferentes, enquanto o cartaz tem a função de disseminar informação, o pôster tem a função estética. Porém, a partir do momento que um cartaz é tirado das ruas e posto como parte da decoração de uma casa, ele perde a função de disseminar e assim deixa de ser um cartaz para se tornar um pôster.

3.1 ANÁLISES DOS CARTAZES

Nesta sub sessão serão apresentados dois cartazes que foram divulgados na Alemanha Nazista, eles apresentam duas vertentes, um a linha sobre a força do povo alemão e o outro sobre o antissemitismo. Será feita uma análise qualitativa e conceitual dos mesmos.

Figura 1 - Hitler baut auf - Helft mit ... Kauft Deutsche Ware



Fonte: (AMAZON, 2016).

Na imagem em tradução para o português significa “Hitler está construindo... compre produtos alemães”. No cartaz a figura principal é o típico ariano, loiro, forte e destemido. Ele constrói algo, o que mostra a força do povo alemão e sua grandeza em construir o Terceiro *Reich*.

Atrás do indivíduo em segundo plano vemos a bandeira nazista, que faz referência ao nacionalismo. Em terceiro plano é visto um cavalo puxando uma carroça que faz referência aos campos, e em quarto é visto uma fábrica que mostra a indústria. O cartaz, mostra o que Hitler está construindo, uma Alemanha forte que pode chegar a ser autossuficiente.

A primeira palavra a ser usada é o nome do *Führer*, não do governo alemão, que mostra a total soberania de Hitler sobre a Alemanha. Em como a propaganda nazista era voltada para enaltecer a imagem de Hitler como principal líder da Alemanha.

O cartaz, como é visto não se utiliza de cores fortes, a única cor que transborda aos olhos é o vermelho da bandeira nazista. A bandeira nazista, junto com o nome do *Führer* logo no início já retém o olhar do observador, sem contar que a frase “Hitler está construindo”, incita no receptor uma pergunta, “o que Hitler está construindo?”, que percebendo as imagens em primeiro, terceiro e quarto plano é a resposta para a pergunta.

A cor vermelha não é único ponto, o homem ariano em primeiro plano, expressa o típico alemão construindo, que evoca no observador alemão o apelo de si próprio, como um típico alemão. A frase ao fim do cartaz “compre produtos alemães” é o chamamento em forma de ordem, para fazer os observadores a desvalorizar o produto externo e valorizar o produto interno do país.

Figura 2 - *Hinter den Feindmächten: der Jude*



Fonte: (UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM)

Em tradução para o português significa, “Atrás dos poderes inimigos: o judeu”. No cartaz a figura principal o judeu, é retratado de maneira vil. Com roupas da alta burguesia, que expressa o alto poder aquisitivo dos judeus. A estrela de Davi evidencia que se trata de um judeu.

As orelhas e o nariz avantajado, cita preconceito e o racismo contra os judeus. Em outros cartazes alemães, é visto a mesma técnica, sempre esboçando uma abstração do judeu tendo um nariz e orelhas grandes, a forma grande do judeu que cobre todas as bandeiras evidencia sua grande influência sobre esses países. A feição má do judeu e os artifícios, evidencia o que o governo alemão queria que as pessoas pensassem dos judeus, que eles eram pessoas más, sem escrúpulos que só ligavam para o dinheiro, que eram capitalistas e comunistas que não tinham lealdade a nenhuma nação.

A cor negra da roupa do judeu, além de ser uma típica cor usada pelos homens da época, pode se relacionar com mal. As bandeiras dos inimigos se partindo entre Estados

Unidos e Inglaterra de um lado e a União Soviética do outro, evidencia os dois *fronts* da guerra.

Diferente do primeiro cartaz, este possui um choque cromático ao olhar, as cores são bem evidentes. As cores nas bandeiras dos inimigos já chamam atenção, em consideração que a bandeira nazista era exposta em todas as direções, portanto um choque de ver as bandeiras dos inimigos num “mar” de bandeiras nacionais, retém o olhar.

A primeira frase do cartaz, “Atrás dos poderes inimigos” está numa cor igual a borda do cartaz e em relação com as cores vibrantes do restante do cartaz a frase se perde um pouco. A última frase, porém, “o judeu” em amarelo e sublinhado chama a atenção para o nome judeu indicado como o inimigo.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho, procurou abordar os cartazes como uma arte e que foi usada para a disseminação da propaganda nazista. Podemos concluir enfim, que os cartazes constituem uma relevante fonte de disseminação da informação as massas. Em relação ao trabalho, o cartaz foi bem empregado na Alemanha Nazista para a disseminação de seus ideais da época.

Os nazistas utilizaram todas as mídias da época para a disseminação da sua propaganda, porém o cartaz sendo uma forma simples e clara na propagação da propaganda foi melhor utilizado, sendo este uma propaganda para atingir as massas, em todas as suas classes.

O governo nazista, foi bem preciso em disseminar suas ideologias. Com sua propaganda conseguiram convencer uma nação inteira de que Hitler era o principal líder alemão, que a guerra era necessária para a sobrevivência da Alemanha, e além disso convenceu que os judeus e as minorias do país eram o inimigo e, portanto, precisavam ser eliminados para a ascensão do Terceiro *Reich*.

Entendemos que os cartazes não podem ser propagandas complexas, sua mensagem tem que ser clara e instantânea. O receptor olha e leva uma fração de segundo para entender a mensagem, porém requer uma complexa psicologia para reter a atenção do receptor, caso o ambiente seja desproporcional à intenção desejada.

O cartaz pelo que foi visto, ainda é pouco estudado por outras áreas do conhecimento (com a exceção do Design). Talvez por se achar que esta forma de propaganda não é eficaz. Se enganam, pois, o cartaz é sim uma forma de disseminação da informação. Conectando com as bibliotecas, o cartaz é a propaganda mais vista nos corredores das unidades de informação e das universidades.

Nos dias de hoje, o cartaz pode não ser visto como uma grande mídia propagandista e publicitária, porém se engana quem partilha desta opinião. Os cartazes estão expostos aos milhares nas grandes cidades, não só no papel. Atualmente, identificamos diferentes formatos, tais como: *outdoors*, telas luminosas em *leds*, entre outros, formam o desenvolvimento do antigo cartaz de papel, contudo com o mesmo objetivo de divulgar à vista dos olhos de todos e vivos no subconsciente humano.

REFERÊNCIAS

- AMAZON. **Hitler baut auf helft mit - Kauft deutsche Ware, 24x36 Paper Giclée.** Reino Unido, 2016. Disponível em: < <https://www.amazon.co.uk/Hitler-baut-auf-helft-mit/dp/B00J8V1V4G>>. Acesso em: 10 Dez. 2017. il.
- EVANS, RICHARD J. **A chegada do Terceiro Reich.** São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2010.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008. 50 p.
- MENDONÇA, A. V. **Polícia autua suspeito de divulgar nazismo no Rio.** G1: Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/11/policia-prende-suspeito-de-divulgar-nazismo-no-rio.html>>. Acesso em: 30 Nov. 2017.
- MILAN, P. **Brasil teve o maior partido nazista fora da Alemanha.** Gazeta do Povo: Curitiba, 2011. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/brasil-teve-o-maior-partido-nazista-fora-da-alemanha-cf8zq3aco0zap6q9928osdzym>>. Acesso em: 9 Dez. 2017.
- MOLES, A. A. **O cartaz.** São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.
- PAIVA NETTO, J. **Jesus, a Dor e a origem de Sua autoridade.** São Paulo: Elevação, 2015.
- REES, L. **O carisma de Adolf Hitler: o homem que conduziu milhões ao abismo.** Rio de Janeiro: LeYa, 2013.
- SCHMIDT, M. F. **Nova história crítica.** 2 ed. São Paulo: Nova Geração, 2002.
- SCHMIDT, M. F. **Nova história crítica: ensino médio: volume único.** 1 ed. São Paulo: Nova Geração, 2005.
- SOUSA, R. G. **Os EUA na Primeira Guerra Mundial.** Brasil Escola. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/historiag/os-eua-na-primeira-guerra-mundial.htm>>. Acesso em: 10 Out. 2017.
- UFRJ apura denúncia de apologia ao nazismo. **O Dia**, Rio de Janeiro, 29 de Mai. 2017. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2017-05-29/ufrj-apura-denuncia-de-apologia-ao-nazismo.html>>. Acesso em: 30 Nov. 2017.
- UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM. **A propaganda política nazista.** Washington. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/wlc/ptbr/article.php?ModuleId=10005202>>. Acesso em: 19 Jun. 2017.
- _____. **O Holocausto.** Washington. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/wlc/ptbr/article.php?ModuleId=10005143#>>. Acesso em: 10 Dez. 2017.

_____. **Josef Berchtold, Hitler über Deutschland.** Washington, Disponível em: <<https://www.ushmm.org/information/press/press-kits/traveling-exhibitions/state-of-deception/josef-berchtold-hitler-ueber-deutschland-hitler-over-germany#>>. Acesso em: 10 Dez. 2017. il.

_____. **Poster: “Behind the enemy powers: the Jews”.** Washington. Disponível em: <<https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-behind-enemy-powers/>>. Acesso em: 10 Dez. 2017. il.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Simulados: história.** Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.klickeducacao.com.br/simulados/simulados_mostra/0,7562,POR-15701-28-107-2008,00.html>. Acesso em: 10 Dez. 2017. il.

WIKIPEDIA. **Adolf Hitler.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Adolf_Hitler>. Acesso em: 22 Nov. 2017.

_____. **Armistício de Compiègne.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Armist%C3%ADcio_de_Compi%C3%A8gne>. Acesso em: 30 Out. 2017.

_____. **Bombardeamento de Dresden.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Bombardeamento_de_Dresden>. Acesso em: 05 Dez. 2017.

_____. **E. F. L. Wood, 1.º Conde de Halifax.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/E._F._L._Wood,_1.º_C2%BA_Conde_de_Halifax>. Acesso em: 05 Dez. 2017.

_____. **Freikorps.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Freikorps>>. Acesso em: 31 Out. 2017.

_____. **Nazismo no Brasil.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Nazismo_no_Brasil>. Acesso em: 09 Dez. 2017.

_____. **Paul von Hindenburh.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Paul_von_Hindenburh>. Acesso em: 28 Nov. 2017.

_____. **Primeira Guerra Mundial.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Primeira_Guerra_Mundial>. Acesso em: 20 Nov. 2017.

_____. **Segunda Guerra Mundial.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Segunda_Guerra_Mundial>. Acesso em: 01 Nov. 2017.

_____. **Sturmabteilung.** Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Sturmabteilung>>. Acesso em: 08 Dez. 2017.

ANEXO A

Figura 1- Ajude a esmagar o eixo comprando bonus de guerra



Fonte: (UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008).

Figura 2 - Hitler over Deutschland



Fonte: (UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM).