

Nazismo por imagens

Bárbara M. de Velasco*

Resumo: Pela leitura do livro *Minha Luta*, escrito por Adolf Hitler, em 1924, procurou-se identificar ocorrências de seus ideais sobre o Trabalho e os Trabalhadores, comparando-as às imagens e palavras utilizadas pelos propagandistas do Partido Nazista alemão antes e depois de sua ascensão ao poder; quais as incidências mais comuns e quais são as possíveis modificações de pensamento quando do passar de alguns eventos na sociedade alemã. Procurou-se verificar até que ponto palavras e iconografia retificam ou re-significam o discurso pré-Chancelaria de seu líder máximo.

Palavras-chave: imagem, Nazismo, propaganda.

Abstract: Through the reading of the book entitled *Mein Kampf* (My Struggle/Fight) written by Adolf Hitler, in 1924, the identification of his ideas about Work and Workers was sought, by comparing images and words utilized by German Nazi Party propagandists before and after his ascension to power; which are the most common incidences and which are the possible thinking modifications during the passage of some events in German society. The verification was sought as to up to what point words and iconography rectify or re-signify the pre-Chancellery of its maximum leader.

Keywords: image, Nazism, propaganda.

Este artigo foi baseado em uma pesquisa¹ que teve como objeto o estudo do regime nazista que vigorou no Estado alemão do ano de 1933 ao de 1945, quando se deu o fim do combate entre os países do grupo do Eixo e do grupo dos Aliados. Segundo o historiador Joachim Fest,² o mais renomado estudioso sobre esse tema, o Nazismo foi “um dos acontecimentos incontestavelmente mais importantes e graves da história da Alemanha”. Mais especificamente, essa pesquisa se prendeu a analisar o discurso político de Adolf Hitler, o grande nome do Nazismo, em seu livro *Minha Luta* (*Mein Kampf*, 1924), e alguns cartazes de propagandas realizadas pelo Partido Nazista durante sua trajetória nas eleições parlamentares das décadas de 1920 e 30, assim como outras que foram veiculadas com o *Führer* já na chancelaria do país.

* Mestranda em História Cultural pela Universidade de Brasília. Especialista em História Cultural pela mesma Universidade. Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Propaganda e Marketing, pelo Centro Universitário de Brasília.

As propagandas possibilitam a análise sobre a postura desses sujeitos frente a diferentes temáticas (juventude, crianças, gênero, esporte...) e, também nesse aspecto, procedeu-se a novo recorte pois, nesse trabalho, somente foram analisadas as propagandas cujas imagens apoiavam-se na representação do trabalho/trabalhador.

Tentou-se verificar até que ponto os desenhos e/ou fotografias retificam ou re-significam o discurso pré-chancelaria de seu líder máximo. Identificar, na verdade, tentar se aproximar da realidade alemã durante a República de Weimar (a política alemã no período entre-guerras) que possibilita a ascensão do Partido Nazista. Através do texto de *Minha Luta* e do material propagandístico do Partido Nazista, enxergar significações que expressariam os anseios da sociedade alemã, à época.

Segundo Chartier,

*todo o trabalho que se propõe identificar o modo como as configurações inscritas nos textos, que dão lugar a séries, construíram representações aceites ou impostas do mundo social, não pode deixar de subescrever o projecto e colocar a questão, essencial, das modalidades da sua recepção*³

Apelo, nesse sentido, para o que Paul Ricoeur⁴ nomeia como sendo o terceiro tempo: deve-se pensar o texto levando em consideração que muitos dos preceitos que moldam o pesquisador estão condicionados a esferas de verdades instituídas ao longo do espaço passado-presente. Ou seja, existe o tempo da personagem estudada (e, muitas vezes, o tempo em que a personagem deixou o seu vestígio), o tempo pertencente ao pesquisador (moldado e modificado pelo percorrer da distância com seu objeto de estudo), e o tempo que surge com a pesquisa em si.

Entende-se, portanto, que não existe uma realidade (Alemanha Nazista: inimiga de não arianos, inconteste em poderio sobre a Nação calada) a partir da apreensão de algumas fontes históricas (*Minha Luta* e cartazes publicitários), mas sim, que com as conjunções mais diversificadas das fontes (material de referência primária, bibliografia especializada no tema), é possível que se apreenda uma aproximação do ocorrido.

História e imagens

A escrita da história na contemporaneidade tem exigido bem mais que apenas o preciosismo com as fontes documentais tradicionais. Foi-se o tempo no qual História era presa única e exclusivamente aos documentos oficiais, aos artigos de jornais e de revistas e às produções acadêmicas por excelência.

*Com o advento da História Cultural, novos parceiros surgem, em função das questões formuladas, das temáticas e objetos novos, das também renovadas fontes com as quais o historiador passa a trabalhar. Mas agora pode-se mesmo falar de um novo enfoque, que joga a História nas fronteiras do conhecimento.*⁵

Compreende-se, portanto, que a “realidade histórica” não pode estar restrita a um único documento ou discurso legitimado por qualquer razão. Existem discursos de verdade nos quais o sujeito histórico está imerso; existem as maneiras pelas quais esses discursos serão materializados, bem como a maneira pela qual essas materializações serão apreendidas pelo receptor.

Por essa visão é que a historiografia contemporânea se preocupa em cotejar acontecimentos e estruturas; em mostrar pontos de vista variados na narrativa da história. Compreendendo essa perspectiva, alguns historiadores buscam novas formas de analisar o passado, tais como a utilização das mais variadas formas de linguagem, entre elas a imagética.

É comum ouvir que o homem é um ser essencialmente visual. Por sua capacidade de memória bastante aguçada, ao ser humano é possível reviver experiências ao visualizar fotos, filmagens, pinturas, desenhos, caricaturas, ou, em até mesmo lembrar espontaneamente, imagens do seu passado.

Ao falar em imagens, são diversas as discussões ainda em aberto sobre o que na realidade são ou podem ser consideradas como tais. Para Eduardo França Paiva, é pelas imagens que se torna possível a reconstrução histórica de um determinado espaço e tempo. Contudo essa “reconstrução” não acontece exclusivamente com as representações imagéticas puras e simples; são essas ilustrações que “associadas a outros registros, informações, usos e interpretações, se transformaram, em um determinado momento, em verdadeiras certidões visuais do acontecido, do passado”.⁶

Ou seja, as imagens, assim como qualquer fonte histórica para um pesquisador, devem ser submetidas a intensos questionamentos: o que é representado, como é representado, para

quem é representado, suas cores, suas formas, suas margens..., até mesmo suas ausências devem ser levadas em consideração. Afinal, a iconografia possui um autor, inscrito num lugar de fala, que desejou transmitir uma mensagem e possui um receptor, também ele inscrito em um lugar de fala.

Segundo Martine Joly, a mensagem visual é uma linguagem, sendo digna, portanto, de expressão, e também é sujeito de um ato comunicativo.

Uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos. Por isso, uma das precauções necessárias para compreender da melhor forma possível uma mensagem visual é buscar para quem ela foi produzida.⁷

Assim, Joly ressalta a importância de saber a autoria e o destino de uma imagem para uma investigação mais coerente da mensagem que ela transmite ou desejaria transmitir.

É importante frisar que nem sempre a mensagem interpretada de uma representação ilustrativa é coerente com o intuito do emissor. “Códigos empregados por um tempo podem perder-se definitivamente, podem ser recuperados integral ou parcialmente por observadores posteriores”;⁸ o que significa dizer que imagens pedem interpretações e não uma e única verdade/discurso absoluto.

Nessas premissas fundamenta-se este trabalho: as análises imagéticas que serão aqui apresentadas, são apenas uma das possíveis leituras de cartazes propagandísticos da Alemanha pré-nazista e Nazista.

Ver

Classificar o que seja uma imagem não é tarefa muito simples. Desde os mais simples rabiscos de uma criança que pega um lápis pela primeira vez, até a mais elaborada arte gráfica computadorizada reconhecida por diversas cerimônias de premiação, classificamos todo o conjunto como sendo simplesmente “imagem”.

Compreendemos que indica algo que, embora nem sempre remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual e, de qualquer modo, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece.⁹

Isso significa dizer que, assim como com as palavras escritas e/ou faladas, as imagens que pretendem transmitir uma informação, também precisam partilhar de um contexto social, cultural e histórico; bem como, precisam intercruzar conceitos e significações próprias ao grupo no qual se inserem.

Tarefa essa não muito simples. Afinal, cada indivíduo constrói para si um conjunto representativo a partir do imaginário coletivo por ele partilhado. O ato comunicativo construído a partir de imagens é delicado nesse sentido: à primeira vista parece mais eficaz que a palavra, afinal, não requer interpretação imediata, a imagem encerraria o discurso em si. Entretanto, assim como no discurso escrito, existe o representado e o não-representado; o explícito e o implícito.

Apela-se, então, para o conceito de signo lingüístico. Adilson Citelli¹⁰ apóia-se em Ferdinand de Saussure¹¹ para conceber a idéia de significante e significado, componentes do signo lingüístico.

Para Saussure, compreende Citelli, todo signo é formado pelo significante e pelo significado. Como significante compreende-se a realidade material e/ou imagem acústica; significado é a representação mental evocada pelo significante. A união desses dois aspectos remete à significação.

Por exemplo:

C A S A = conjunto sonoro (Significante)

 = imagem mental (Significado)

C A S A +  = Significação

Assim sendo, necessariamente para que uma imagem seja significativa, e, portanto, seja um discurso, é requerido o seu reconhecimento. Nesse contexto, vale a pena ressaltar que enquanto ferramenta discursiva, deve-se levar em consideração a diferença entre a imagem estática e a imagem em movimento. O que não significa que exista grau de importância diferente entre uma e outra. Ao contrário, cabe ao preletor saber o tipo de imagem que será mais propício para que sua mensagem seja devidamente compreendida.

Sobretudo, o uso dos meios de comunicação de massa, lidando com efeitos de verdade e efeitos de real, operando cada vez mais com o fazer crer, com imagens computadorizadas ou discursos distanciados do real, mas que são

legitimados e aceitos, com curso de verdade, foi elemento que pôs na ordem do dia as questões relativas ao imaginário.¹²

Ao se referir à importância dos veículos de comunicação de massa, a historiadora Sandra Jatahy Pesavento chama a atenção para a História Cultural do Político. Com a apropriação dos símbolos e dos fenômenos socialmente compartilhados, a esfera política exerce poder sobre os indivíduos em tentativa perene de convencimento e manutenção de uma ordem hierárquica de comando e coesão social.

No caso da Alemanha regida pelo Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães,

a propaganda não desempenha apenas uma função estratégica, mas cumpre também um papel fundamental na formação e consolidação do imaginário nacional-socialista. Por isso, ela não pode ser vista como simples instrumento de conversão política. O mundo totalitário se constrói em torno de uma “realidade” artificial caracterizada pela manipulação dos fatos pela abordagem propagandística.¹³

Os cartazes propagandísticos são um meio; suas palavras e imagens, a mensagem do NSDAP.

Público

Oficialmente a República de Weimar nasce em 11 de agosto de 1919, com a promulgação de uma nova Constituição anunciada pelo presidente social-democrata Friedrich Ebert. É impossível a compreensão de seu sistema sem que se leve em consideração os efeitos da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e suas conseqüências para a sociedade alemã.

A Alemanha, derrotada materialmente e arrasada em sua moral, precisava restabelecer suas estruturas sociais, políticas e econômicas. Destarte, é inconcebível um estudo sobre o cenário alemão pós-guerra ou, período entre-guerras, sem a compreensão de que as exigências por mudanças são coletivas. Nesse momento, a obsessão de boa parte dos alemães

está nas conseqüências dessa derrota. Choque psicológico duradouro, porque novos acontecimentos o sustentam: modificação das fronteiras, ocupação do Ruhr, carga financeira das reparações que devem ser pagas

*aos Aliados pelos danos causados. Com a colaboração da miséria, a angústia do presente e o medo do futuro se tornam então na Alemanha fenômenos coletivos.*¹⁴

Em um curto espaço de tempo, entre os últimos eventos da Guerra e a assinatura do Tratado de Versalhes (28 de junho de 1919), a Alemanha ganha um novo conjunto de representações que deverá ser adotado em meio à perplexidade daqueles que deverão compartilhá-lo.

No intervalo dos 14 anos republicanos, a Alemanha passará por uma torrente de desemprego em massa, inflação descontrolada, retração industrial e política corrupta e tremendamente instável.

A desvalorização da moeda nacional, o marco , por exemplo, manteve-se estável até meados de 1922; em 1º de novembro do ano seguinte, um dólar era equivalente a um bilhão de marcos. Nesse cenário, mais ou menos 27% dos alemães estavam desempregados; 52% dos empregados não dispunham de um trabalho de tempo integral. Segundo Lionel Richard,

*de janeiro a novembro de 1923, os preços mudavam de um dia para o outro, até de uma hora para a outra. Um produto vendido por mil marcos valia 10.000 muito pouco tempo depois. As lojas haviam chegado a formar equipes especiais cujo único trabalho era mudar as etiquetas das mercadorias.*¹⁵

Assim, os hábitos eram transformados na Alemanha. A incerteza e a insegurança política e econômica moldavam a nova maneira de encarar o cotidiano. Cuidadosamente circunscreviam-se velhos paradigmas.

*Vamos nos interrogar ainda por muito tempo e teremos dificuldade em compreender como uma democracia, no espaço de algumas semanas, pôde suicidar-se e transformar-se num totalitarismo desconhecido até o século XX, para atingir em seguida a mais selvagem barbárie. (...) O fascismo hitlerista não conquistou a Alemanha numa única noite.*¹⁶

Minha Luta¹⁷

Com esse livro eu não me dirijo aos estranhos mas aos adeptos do movimento que ao mesmo tempo aderiram de coração e que aspiram esclarecimentos mais substanciais.

Sei muito bem que se conquistam adeptos menos pela palavra escrita do que pela palavra falada e que, neste mundo, as grandes causas devem seu desenvolvimento, não aos grandes escritores, mas aos grandes oradores.¹⁸

Editado pela primeira vez em 1924, *Minha Luta (Mein Kampf)*, é o único livro assinado por Adolf Hitler. Na realidade, suas palavras foram ditadas por ele durante seu período de reclusão no Presídio Militar de Landsberg.

Hitler foi condenado a cinco anos de detenção pelo *Putsch da Cervejaria*,¹⁹ em novembro de 1923. Mas, devido ao seu bom comportamento e cooperação junto ao processo, ficou preso por apenas nove meses. É nesse período que ele começa a ditar suas memórias de infância e ideologias sócio-políticas para Emil Maurice (1897-1972) e para Rudolf Heß (1894-1987), companheiros de Partido.²⁰

O livro está dividido em duas partes. Originalmente, primeiro foi publicada a parte 1; meses depois, o segundo tomo.

Na primeira, composta por 12 capítulos, Hitler aborda sua trajetória de vida desde seus primeiros anos na casa dos pais até a sua formação e conscientização política.

Ao longo dessa primeira parte, o líder do Partido Nazista valoriza a todo o momento os estudos e a educação de maneira geral, bem como a importância de ser um trabalhador honesto e digno. “Com a convicção de que nenhuma atividade envergonha, pouco importando de que natureza esta possa ser”.²¹ Sobre o ensino de História, em específico, ele considera que é como “procurar e encontrar as forças que conduzem às causas das ações que vemos como acontecimentos históricos”.²² Ressalta a importância do bem-estar psicológico do indivíduo para que a Nação se apresente bem no contexto mundial. Valoriza o trabalho da propaganda bem como a importância da comunicação junto às massas da sociedade; o bom governo seria aquele que conseguisse domar boa parte de seus súditos de maneira harmoniosa.

Sobretudo a grande massa de um povo sempre só se deixa empolgar pelo poder da palavra. Todos os grandes movimentos são movimentos populares, são erupções vulcânicas de paixões humanas e de sensações psíquicas provocadas ou pela deusa cruel da necessidade ou pela tocha da palavra que, como golpes de martelo, conseguem abrir as portas do coração de um povo.²³

A segunda parte do livro expõem os princípios do Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães. Trata da doutrina partidária, o conceito do que deve ser um verdadeiro Estado Nacional e seus componentes, o comportamento exemplar de cidadãos, trabalhadores e políticos. Hitler dedica o capítulo 11 à “Propaganda e organização”, e relata a sua própria experiência nesse ramo de atuação política:

Quanto mais radical e incitadora era a minha propaganda, tanto mais assustava os homens débeis e as naturezas tímidas, impedindo a sua entrada no núcleo primitivo da nossa organização.

(...) A forma agressiva que se deu, naquele tempo, à nossa propaganda consolidou e garantiu a tendência radical do novo movimento, porque, assim, efetivamente, o mesmo ficou constituído, salvo raríssimas exceções, de homens radicais, capazes de assumir a responsabilidade de defensores da causa.²⁴

É interessante notar que o texto é repleto de adjetivos e nomenclaturas impregnadas de sentido preconceituoso e de convencimento. Aparentemente, a impressão que se tem é de que não houve censura quanto à maneira pela qual a temática era abordada.

Para muitos críticos contemporâneos, o livro era mal organizado, cheio de intrincamentos e de desenvolvimento confuso e repetitivo.

Antes de 1933, o livro alcançou vendagem de poucas unidades; depois da ascensão de Hitler à Chancelaria, ganhou popularidade e acabou se tornando leitura essencial aos cidadãos do *III Reich*. Alguns autores alegam que na realidade os livros eram apenas comprados; na maioria dos casos, poucos tornaram-se de fato seus leitores.²⁵

“Trabalho”, por Adolf Hitler

No primeiro capítulo de *Minha Luta*, Adolf Hitler discorre sobre suas origens; “Na casa paterna” é o título. Conseqüentemente, ele fala sobre o início da vida de seu pai no campo de trabalho. Antes dos 13 anos, ele deixa a casa paterna para morar em Viena, “com o objetivo de aprender um ofício manual”; afinal, “ele não tolerava a vida inativa em casa”.²⁶ Ao longo dos relatos sobre o pai, Hitler faz questão de frisar a condição de pobreza na qual ele vivia. Cobre de méritos seu pai que, “ainda muito jovem”, decidiu pela carreira no funcionalismo público.

Com tenacidade de quem, na meninice, já era um velho, por efeito da penúria e das aflições, o jovem de dezessete anos insistiu na sua resolução e tornou-se funcionário público. (...) Parecia assim estar cumprida a promessa que o pobre rapaz havia feito, isto é, de não voltar para a aldeia paterna sem que tivesse melhorado a situação.²⁷

E mesmo já aposentado, aos 56 anos, seu pai “não pode suportar esse descanso na ociosidade”;²⁸ compra uma fazenda e transforma-se em camponês. Ou seja, Hitler apresenta seu pai como um exemplo de pessoa que, através do esforço e dedicação ao trabalho, conseguiu mudar sua sorte.

Interessante notar que é justamente na questão do trabalho e da escolha profissional que Adolf e seu pai afastam-se do convívio. Para o autor era “abominável o pensamento de, como um escravo, um dia sentar-me em um escritório, de não ser o senhor de meu tempo”.²⁹ Ele almejava a carreira de artista: pintor. Aos 13 anos, Adolf e seu pai já não se entendiam mais, “apesar de gostar muito dele”;³⁰ para ele, os anseios de seu pai para que se fizesse trabalhador do governo era um acinte.

Nessa mesma época, seu pai falece. Em um intervalo de mais ou menos dois anos, sua mãe também morre. “Estava escrito que eu, de uma maneira ou de outra, deveria ganhar o pão com o meu trabalho. (...) Eu queria tornar-me ‘alguém’, mas, em caso algum, funcionário público”.³¹

A partir do segundo capítulo, o autor narra o início de sua vida longe das amarras familiares. Hitler vai para Viena e lá trabalha como ajudante de operário e muitas vezes como trabalhador de emergência.³² Segundo ele, “cedo me convenci de que trabalho há sempre, mas perdemos-lo com a mesma facilidade com que o encontramos”.³³ É explícito em seu discurso que só aquele que não tem o mínimo interesse permanece desempregado; que é possível, a todo aquele que deseja, um espaço no mercado de trabalho. Ressalta ainda ele que, não há diferenças preferenciais entre o indivíduo mais jovem e o mais experiente; existe espaço para todos, é só querer.

Seguindo o mesmo discurso sobre as amplas oportunidades de trabalho, Hitler diz considerar um erro acreditar que o trabalhador do campo deve ser mais respeitado que o trabalhador que larga a aldeia para tentar novos horizontes nas cidades. Nesse sentido, pode-se inferir que pudesse haver a crença de que o camponês é mais corajoso, habilidoso e

“trabalhador”, pois está diante de recursos escassos e com oportunidades de crescimento inferiores aos daqueles que se lançam nos grandes centros urbanos.

O desemprego, para Hitler, é umas das piores desgraças que por ventura pode afligir o ser humano.

Nas primeiras semanas, a situação é ainda suportável, pois ele recebe da caixa do sindicato a proteção dada ao seu trabalho e atravessa como pode os dias de desemprego. Quando o último vintém é gasto, quando a caixa, em consequência da longa duração da falta de trabalho, também suspende o pagamento, vem a grande miséria. Então, faminto, erra para cima e para baixo, empenha ou vende os objetos que lhe restam e cada vez mais sensível se lhe torna a falta de roupas. Desce à uma convivência que acaba por envenenar-lhe o corpo e a alma.³⁴

Dizia ele saber disso por experiência própria. Em um inverno de suas andanças por Viena, ficou desempregado. Não conseguia uma colocação não por falta de vontade ou de procura, mas sim porque no período de frio a retração no campo de trabalho é intensa. E graças a essa terrível experiência é que ele podia muito bem compreender o quão importante é para um indivíduo saber que é útil para a sua sociedade.

“Trabalho” ilustrado³⁵

A quota mais eficiente na “educação” política, que, no caso, com muita propriedade, é chamada “propaganda”, é a que cabe à imprensa, a que se reserva a “tarefa de esclarecimento” e que assim se constitui em uma espécie de escola para adultos. (...) Eu tive as melhores oportunidades para adquirir conhecimento seguro sobre os chefes e sobre os hábeis operários mentais dessa máquina destinada à educação popular.³⁶

Adolf Hitler, em *Minha Luta*, afirma que todo aquele que deseja ser alguém de importância para a sociedade, deve procurar o seu lugar no campo de trabalho. Não é ao acaso que uma parcela das propagandas políticas do NSDAP, transmitidas por cartazes, eram ilustradas com imagens de trabalhadores e/ou ferramentas de trabalho. Vejamos.



Trabalho
e
Pão
na
Lista
1

Cartaz referente às eleições para a Chancelaria, em novembro de 1932.

Este cartaz, do período pré-governo, foi considerado pelo Partido a propaganda mais eficiente de todo o seu conjunto.³⁷

A disposição geral do cartaz é um grande “X”. As extremidades direita superior e esquerda inferior trazem a mensagem escrita; as extremidades esquerda superior e direita inferior transmitem a mensagem imagética.

O cartaz tem como fundo a cor vermelha. As letras são brancas e as imagens, que podem despertar dúvidas se são fotografias ou desenhos realistas, em tons de cinza.

Na parte superior, a mensagem escrita diz: “Trabalho e Pão”. Infere-se que um é decorrente do outro: primeiro é necessário estar empregado para que se possa ter a possibilidade de alimentar-se. “Pão” é a metonímia mais comum para comida, alimentação, nutrição. A Bíblia, livro que Adolf Hitler algumas vezes faz referência em *Minha Luta*,³⁸ identifica Jesus, o filho de Deus, como Pão da Vida; em outras passagens, a Palavra de Deus é considerada Pão para a alma humana.³⁹ No caso dessa propaganda, quem é sinônimo de emprego e comida para o povo alemão é a “Lista 1”, o Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães, que é identificado somente pela suástica no canto superior esquerdo do cartaz – o que demonstra a forte presença no imaginário social do que ela significa.

Ainda sobre a mensagem escrita, no canto inferior esquerdo tem-se a indicação para o voto: os anseios da República de Weimar (diminuição da taxa de desemprego e a melhoria sócio-econômica) só serão satisfeitos “através” da, “pela” votação na Lista 1 / no Partido Nazista.

Quanto à mensagem iconográfica, a imagem superior apresenta dois braços, possivelmente masculinos por causa do traçado grosso das mãos e por seu delineamento, estendidos em direção ao centro do pôster. As mangas da camisa branca estão dobradas até a altura dos cotovelos. O braço direito possui uma braçadeira com a suástica; os dois braços apresentam veias saltadas. Nas mãos, diversas ferramentas: marreta, alicates, espátula, esquadro, martelo. Essas ferramentas estão justamente no centro da propaganda.

Na imagem inferior, quatro pares de braços estão estendidos em direção às ferramentas. Percebe-se que são “as mesmas pessoas” e não oito indivíduos diferentes por causa da posição das mãos; além de um deles estar vestindo uma camisa ou casaco preto de mangas compridas. Indivíduos bastante interessados em pegar as ferramentas ofertadas, pois, ao invés de apenas uma das mãos, as duas estão estendidas e completamente esticadas. Não se pode identificar com clareza o gênero dessas “pessoas”, mas, possivelmente, pelo traçado das mãos, poder-se-ia arriscar dizer que são jovens homens.

Quanto à escolha do diretor de arte responsável pelo cartaz, por imagens não comportadas nas margens do papel, Martine Joly considera que

*esse procedimento de confundir o quadro (ou os limites) da imagem e a borda do suporte tem consequências particulares sobre o imaginário do espectador. Na verdade, esse corte, atribuído mais à dimensão do suporte que a uma escolha de enquadramento, leva o espectador a construir imaginariamente o que não se vê no campo visual da representação, mas que o completa: o fora do campo.*⁴⁰

Pode-se, portanto, considerar que a imagem no seu conjunto representa: a solução “vinda de cima”, o Partido Nazista e as oportunidades de emprego e estabilidade, enquanto os desempregados e famintos aparecem “por baixo”, amontoados, clamando por salvação.

Desconhecem-se as medidas do cartaz, o tipo de papel e de tintas utilizados, bem como os lugares onde ele fora afixado. Sua autoria também é desconhecida; contudo, o sujeito emissor é o Partido.

Nota-se a valorização do trabalhador; ele é a figura central. O grupo de trabalhadores convocado a votar no Partido para a manutenção de seu bem-estar: trabalho é sinônimo de vida com dignidade e necessidades supridas.

Embora não tenhamos documentos escritos pelo próprio *Führer* já na Chancelaria a respeito da importância do trabalho e da classe trabalhadora, pode-se notar que esse ainda continua a ser um tema de suma importância para o *III Reich*.



**Hitler está construindo
Ajude ele**

**Compre produtos
alemães**

Cartaz de 1935.

O que se destaca de imediato neste cartaz que o diferencia do outro apresentado, quando o Partido Nazista ainda concorria ao maior posto na política alemã, são a tipologia escolhida para a mensagem escrita e as variedades de cores na mensagem imagética.

A mensagem escrita está dividida em duas partes, tanto no teor do que se deseja transmitir, quanto no espaço em que está disposta. A forma da letra é estilizada, gerando até mesmo dificuldade para o leitor de hoje identificar quais são cada uma delas. Na parte superior, mostra-se que Hitler está cumprindo o seu papel enquanto líder da Nação: está

construindo, desenvolvendo, possibilitando o crescimento do Estado. Contudo, o *III Reich* não é composto apenas por um homem; o Império é um organismo e precisa da ajuda de todos os seus cidadãos. O povo é chamado a ajuda-lo nesse processo; tal termo escolhido, “ajude”, aproxima o *Führer* dos homens comuns, além de ser uma ordem bem mais amena do que se tivesse sido utilizado a expressão “faça sua parte” ou “cumpra o seu dever”, por exemplo. A mensagem da margem inferior indica a melhor forma de ajudar Hitler a “erguer” (como sugere a imagem) o País: há de se comprar produtos de fabricação nacional.

Mantendo-se mais tradicional, a imagem central do cartaz é um homem. Esse trabalhador é loiro e, apesar dos traços faciais mais finos (com expressão mais leve), suas mãos são fortes e de contornos grosseiros. Ele veste uma camisa clara com mangas erguidas até os cotovelos e colocada para dentro, possivelmente – já que só se pode enxergar até a altura de sua cintura, de sua calça escura. O homem está de lado, virado para a direita e ligeiramente inclinado para traz sustentando um bloco de concreto com as mãos, à altura de sua cabeça, como que completando o “muro” que está construindo. Os músculos de seu braço direito e do pescoço estão enrijecidos, dando a impressão de que o bloco é pesado; ele está se esforçando.

Sua cabeça direciona o olhar para cima em direção ao infinito, embora não se possa enxergar seus olhos por causa da sombra que os esconde.

No segundo plano, está presente a suástica nazista em uma bandeira erguida por um mastro. A imagem não está completa; esconde-se por trás do trabalhador. A bandeira trepida ao vento; os cabelos bem cortados e penteados do homem estão inertes.

Por trás da bandeira um campo por onde circula uma grande carroça, com a carga coberta, puxada por dois cavalos. Mais ao fundo algumas espécies de torres podem ser identificadas, sugerindo chaminés de indústrias com fumaças saindo delas. Este conjunto de imagens apresenta-se em tons de cinza.

A cor de fundo do cartaz é branca, porém, algumas manchas sugerem um céu nublado.

O Partido prometera trabalho; não apenas os cidadãos comuns são dignos do pão, Hitler também; ele trabalha e precisa de auxílio para continuar reerguendo o Estado Alemão.

Desconhecem-se as medidas do cartaz, o tipo de papel e de tintas utilizados, bem como os veículos utilizados para sua divulgação. Sua autoria não pode ser definida com

segurança, embora possa ser observada a espécie de uma assinatura no canto inferior esquerdo do pôster.

Antes e depois

*Diálogos e silêncios permeiam nossa relação com as imagens. O que elas dizem em suas iconografias nos é relativamente inteligível. É por trás da aparência, porém, no ato de sua concepção e ao longo de sua trajetória, naquilo que ela tem de oculto, em seus silêncios, que residem as histórias secretas dos objetos e dos seres, das paisagens e dos caminhos.*⁴¹

Nesses dois cartazes apresentados, pode-se notar algumas incidências cujo valor simbólico não deve ser dispensado.

Os dois apresentam ação. A representação da classe trabalhadora é praticamente masculina. Por mais que não se tenha a imagem completa no primeiro cartaz, “Trabalho e Pão”, pelo contorno das mãos, pode-se considerar que provavelmente são todos homens.

Nos dois cartazes a suástica pode ser identificada. Os trabalhadores estão com as mangas dobradas. Um dos símbolos mais frequentes para a identificação de uma ação que exige certo grau de força é “arregaçar as mangas”.

É evidente a diferença de traços, cores, formas, detalhes, entre os cartazes do período campanha e os do período de comando governamental. As propagandas do Governo Nazista não possuem o fundo chapado; ao contrário, apresentam a técnica de perspectiva com algumas formas pequenas de difícil identificação. A tipologia é mais elaborada e as cores mais “reais”.

Nota-se que as atenções estão nas ferramentas, no trabalho manual.

*Os progressos da influência judaica, no seio do nosso povo, podem ser facilmente descobertos na indiferença, mesmo desprezo, que inspira o trabalho manual. Aliás, isso não é próprio ao alemão. Foi a influência judaica – que transformou o antigo respeito ao ofício em um certo desprezo por todo e qualquer trabalho físico.*⁴²

“A mais bela doutrina não tem nem finalidade nem eficiência se o líder não consegue empolgar as massas”.⁴³ Esses cartazes apresentam comunicação direta com seu público-alvo, a sociedade alemã. A primeira apresenta aquilo que de mais importante faltava à boa parte dos

cidadãos: emprego. A segunda, também falando diretamente aos alemães, mostra que o prometido foi cumprido: existem vagas de trabalho, e os frutos desses empregos podem ser celebrados em eventos promovidos pelo Estado. A massa tinha sido e continuava como o centro das providências do NSDAP.

Considerações

As massas gostam mais dos que mandam do que dos que pedem e sentem-se mais satisfeitas com uma doutrina que não tolera nenhuma outra do que com a tolerante largueza do liberalismo. Elas não sabem o que fazer da liberdade e, por isso, facilmente sentem-se abandonadas.

Adolf Hitler

Ao pensar o Governo Nazista, algumas analogias bastante comuns cuidam de formar simbolicamente essa “realidade” passada no tempo presente.⁴⁴ Em linguagem bastante coloquial, a Alemanha Nazista não passa de um governo encabeçado por um homem de bigodinho, grosseiro e que só sabia falar gritando, Adolf Hitler; o *Führer* é o típico líder totalitário opressor e egoísta; a sociedade alemã, composta por homens e mulheres loiros, altos e de olhos claros, que se achavam superiores a qualquer outra sociedade de nacionalidade adversa. Isso sem falar nos campos de concentração por eles construídos para poder matar todo e qualquer opositor que encontrassem pela frente. Ora, sabe-se que a compreensão dos acontecimentos históricos não se encerra no senso comum.

Em uma visão mais acadêmica e, portanto, possivelmente mais crítica, sabe-se que é necessário buscar evidências que tangenciam um conjunto de ações e de representações externo ao grupo estudado; bem como buscar um outro conjunto compartilhado por seus membros internos. Práticas e representações que, quando cruzadas, possibilitam determinados acontecimentos.

O fazer historiográfico contemporâneo tem se preocupado com essa gama de olhares que deve ser lançada ao objeto de estudo. Um único foco de pesquisa carece de ser analisado e cotejado com o maior número de ferramentas possíveis que o historiador possa munir-se. Pesavento adverte que em seu trabalho o historiador cerca-se de uma

carga de leitura ou bagagem acumulada, para potencializar a interpretação por meio da construção do maior número de relações

*possível entre os dados. Como resultado, propõe versões possíveis para o acontecido, e certezas provisórias.*⁴⁵

Assim, pode-se perceber que não existem verdades plenas; tampouco documentos que por si atestam o acontecido.

Tendo como cenário a ideologia do Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães, esta pesquisa buscou contribuir para a reflexão dessa temática valendo-se das novas possibilidades abertas pela História Cultural, que reconhece a força da imagem e a importância dos processos de representação para a compreensão da realidade histórica. A partir de documentos propagandísticos, cartazes de campanhas políticas (antes de 1933) e de manutenção do Estado (pós-1933), tentou-se identificar recursos lingüísticos e imagéticos que possivelmente contribuía para o fortalecimento do NSDAP na Alemanha. Cartazes esses que não eram idealizados aleatoriamente, mas sim, tomando-se por matriz os discursos de Hitler em seu livro *Minha Luta*, de 1924, e os inúmeros discursos que proferia em locais públicos.

*Se, por um lado, a propaganda se incumbe da criação de novos fatos e acontecimentos (impulsos) que nutrem e garantem a existência da sociedade nacional-socialista, por outro ela deve modelar indivíduos que mantenham esse sistema em funcionamento, ou seja, indivíduos receptivos que dêem credibilidade a essa construção.*⁴⁶

Não há dúvidas de que não foram apenas os cartazes de divulgação que fizeram com que o Partido e Hitler fossem enxergados como uma grande solução para a conturbada República de Weimar. Muito menos que a contínua comunicação do governo com a população foi a chave para que se mantivesse a estabilidade do Estado. Contudo, ainda hoje a propaganda do *III Reich* é o grande exemplo a ser citado quando o assunto é comunicação política. É fato que o Regime, aproveitando-se dos anseios da coletividade ofertados, mantinha um canal sempre em sintonia com seu público. Não se discute aqui a possibilidade, ou não, de um diálogo entre as partes; apenas o ato comunicativo como aparelho ideológico de Estado.

“Sem a força formidável da massa de um povo não se pode realizar uma grande idéia”.⁴⁷

Nesse sentido, cabe aqui esclarecer que não foram traçadas ao longo desta reflexão as possíveis reações do público diante dos cartazes; o objetivo aqui foi a descrição deles e o que supostamente podem querer transmitir. Afinal, decodificar imagens e seus símbolos é dar a “nossa versão do passado e do presente, ela também, plena de filtros contemporâneos, de vazios e de intencionalidades”.⁴⁸

De fato, como afirma Martine Joly, as imagens não são dotadas da função metalingüística; uma iconografia “não pode afirmar nem negar nada, e tampouco focalizar a si mesma”.⁴⁹ Como instrumento de comunicação entre os homens, a imagem em si pode ser o instrumento de ligação entre o próprio indivíduo e o cenário sócio-cultural do qual participa.

*De toda forma, tudo isso demonstra como esses códigos, esses símbolos, os emblemas, as alegorias, enfim, as representações, não têm signos absolutos, definitivos, fixos nem imutáveis. Tudo vai depender da recepção que eles terão em cada época, no seio de cada grupo social e, também, das variadas maneiras pelas quais serão apropriados historicamente.*⁵⁰

NOTAS

¹ Pesquisa orientada pela Professora Doutora Eleonora Zicari no segundo semestre de 2006. “‘O grande orador’: os discursos de Adolf Hitler em ‘Minha luta’ e as propagandas nazistas”, Universidade de Brasília.

² FEST, Joachim. *No bunker de Hitler: os últimos dias do Terceiro Reich*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005. p. 10.

³ CHARTIER, Roger. *Historia cultural: entre praticas e representações*. Rio de Janeiro/Lisboa: Difel/Bertrand, 1990. p.24.

⁴ RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Tomo III. Campinas/São Paulo: Papirus, 1997.

⁵ PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & história cultural*. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p. 107.

⁶ PAIVA, Eduardo França. *História & imagens*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. p. 13.

⁷ JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 6ª ed. Campinas: Papirus Editora, 2003. p. 55.

⁸ PAIVA, Eduardo França. Op. cit. p. 25.

⁹ JOLY, Martine. Op. cit. p. 13.

¹⁰ CITELLI Adilson. *Linguagem e persuasão*. 15ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

¹¹ Lingüista suíço, Ferdinand de Saussure nasceu em Genebra, em 26 de novembro de 1857. Seus estudos lingüísticos foram moldados na Sociedade Lingüística de Paris; profundo conhecedor das gramáticas latina e grega, aos 21 anos Saussure publica seus primeiros escritos sobre sistemas vocálicos.

Saussure chamava de semiologia (lingüística) o ramo da ciência geral dos signos. Tal estudo é a base do estruturalismo da linguagem. Assim, a linguagem é presa ao seu espaço e tempo: visão sincrônica e visão diacrônica. O autor também divide a idéia de língua (sistema de valores social compartilhado), objeto de preocupação da ciência lingüística, e a idéia de discurso (ato individual de comunicação através da utilização da linguagem compartilhada).

É de Ferdinand de Saussure a *Teoria do Valor*: um signo é aquilo que os outros não são; o valor de um signo existe a partir do momento em que ele não é outro signo que não ele mesmo.

Sua morte, em Morges, ocorreu em 22 de fevereiro de 1913.

¹² PESAVENTO, Sandra Jatahy. Op. cit. p. 75.

¹³ DIEHL, Paula. *Propaganda e persuasão na Alemanha Nazista*. São Paulo: Annablume, 1996. p. 83.

¹⁴ RICHARD, Lionel. *A República de Weimar (1919-1933)*. São Paulo: Companhia das Letras, Círculo do Livro, 1988. p. 9.

¹⁵ Idem. p. 95.

- ¹⁶ KLEIN, Claude. *Weimar*. São Paulo: Perspectiva, 1995. p. 84.
- ¹⁷ HITLER, Adolf. *Minha luta*. 3ª ed. São Paulo: Centauro, 2004.
- ¹⁸ Idem. Prefácio.
- ¹⁹ Por volta de novembro de 1923, Hitler estava convencido de que o sistema republicano alemão estava perdido e sem solução aparente para seus cidadãos. Tenta tomar o poder de Munique, capital da Baviera. O intuito era promover um movimento como a famosa Marcha sobre Roma, de Benito Mussolini; uma espécie de Marcha sobre Berlim. Em 8 de novembro, Hitler lidera o golpe de estado. Enquanto a marcha partia de uma cervejaria em direção à sede do Ministério de Guerra Bávaro, para derrubar o que consideravam ser o governo traidor da Baviera, o exército interviu de forma rápida e eficaz. O golpe fracassado ficou conhecido como o *Putsch da Cervejaria*.
- ²⁰ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hitler>. Acesso em 21/11/06.
- ²¹ HITLER, Adolf. Op. cit. p. 25.
- ²² Idem. p. 16.
- ²³ Idem. p. 82.
- ²⁴ Idem. p. 435.
- ²⁵ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hitler>. Acesso em 21/11/06.
- ²⁶ HITLER, Adolf. Op. cit. p. 10.
- ²⁷ Idem.
- ²⁸ Idem.
- ²⁹ Idem. p. 12.
- ³⁰ Idem. p. 13.
- ³¹ Idem. p. 19.
- ³² Idem. p. 25.
- Hitler não descreve que tipo de trabalho especificamente exercia nessas funções.
- ³³ Idem.
- ³⁴ Idem. p. 26.
- ³⁵ Na pesquisa original a observação prendeu-se a quatro cartazes: 2 antes de 1933 e 2 posteriores a 1933.
- ³⁶ HITLER, Adolf. Op. cit. p. 68.
- ³⁷ GERMAN PROPAGANDA ARCHIVE < www.calvin.edu/academic/cas/gpa/ >. Acesso em 21/11/2006.
- ³⁸ Uma das referências mais explícitas que Adolf Hitler faz à Bíblia pode ser identificada quando, ao descrever sobre a importância de um grande governo, diz que “é mais fácil um camelo passar pelo fundo de uma agulha que ser ‘descoberto’ um grande homem por uma eleição”.
- HITLER, Adolf. Op. cit. p. 70.
- Em várias passagens ao longo do livro, Hitler exclama por “Deus”.
- ³⁹ João 6:35 – “Jesus respondeu: - Eu sou o pão da vida. Quem vem a mim nunca mais terá fome, e quem crê em mim nunca mais terá sede”.
- Mateus 4:4 – “Jesus respondeu: - As Escrituras Sagradas afirmam: ‘O ser humano não vive só de pão, mas vive de tudo o que Deus diz’”. É na Bíblia que também está explícita a relação trabalho-comida: Gênesis 3:19 – “Terá de trabalhar no pesado e suar para fazer com que a terra produza algum alimento”.
- Bíblia Sagrada: nova tradução na linguagem de hoje*. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2000.
- ⁴⁰ JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 6ª ed. Campinas: Papirus Editora, 2003. p. 94.
- ⁴¹ KOSOY, Boris. O relógio de Hiroshima: reflexões sobre os diálogos e silêncios das imagens. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 25, n° 49, 2005. p. 41.
- ⁴² HITLER, Adolf. Op. cit. p. 235.
- ⁴³ Idem. p. 432.
- ⁴⁴ Pode-se nesse momento recorrer ao terceiro tempo de Paul Ricoeur. A narrativa produzida pelo historiador está impregnada de “maneiras de ver” o espaço e tempo em suas relações. O olhar para o passado não está isento de conceitos e preceitos contemporâneos ao pesquisador, que por sua vez foram formados ao longo do tempo que separam o objeto estudado do pesquisador.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Tomo III. Campinas/São Paulo: Papirus, 1997.
- ⁴⁵ PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & história cultural*. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. p.119.
- ⁴⁶ DIEHL, Paula. *Propaganda e persuasão na Alemanha Nazista*. São Paulo: Annablume, 1996. p. 83.
- ⁴⁷ HITLER, Adolf. *Minha luta*. 3ª ed. São Paulo: Centauro, 2004. p. 83.
- ⁴⁸ PAIVA, Eduardo França. *História & imagens*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. p. 19.
- ⁴⁹ JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 6ª ed. Campinas: Papirus Editora, 2003. p. 58.
- ⁵⁰ PAIVA, Eduardo França. Op. cit. p. 25.