

**FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA
CURSO DE HISTÓRIA**

**A PROPAGANDA DE GETÚLIO VARGAS: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS
COM O REGIME NAZISTA**

LUANA WINGERT

**Taquara
2018**

LUANA WINGERT

**A PROPAGANDA DE GETÚLIO VARGAS: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS
COM O REGIME NAZISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Licenciatura Plena em História das Faculdades Integradas de Taquara, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciada em História, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Andrea Helena Petry Rahmeier.

Taquara

2018

AGRADECIMENTOS

Neste momento de grande alegria, paro para refletir tudo o que se passou até aqui durante esses 8 anos. Muitos aprendizados, alegrias, obstáculos e superações. Impossível não lembrar de cada pessoa que fez parte dessa caminhada e que agora posso compartilhar a minha conquista.

Primeiramente, agradeço a Deus pela oportunidade de estudar, por me proporcionar essa bênção, além de sabedoria e persistência no alcance do sonho de concluir a Graduação.

Agradeço, especialmente, à minha mãe e avó, que sempre me incentivaram nos estudos e me auxiliaram de todas as formas possíveis até aqui. Sem elas, não teria conseguido.

Agradeço aos tios que estiveram comigo acompanhando essa trajetória. Ao tio Valdir, por me ajudar em vários momentos. À tia Silvana, que sempre esteve ao meu lado, escutando durante toda a semana as novidades da faculdade e os novos conhecimentos, sempre me dizendo o quanto valia a pena o caminho escolhido. Por ser minha amiga e sempre estar disposta a ajudar. Ao meu primo-irmão Gabriel, que diversas vezes pude contar com favores e dividir os momentos.

Agradeço ao meu namorado Rodrigo, pelo carinho e atenção durante esses anos e, por algumas vezes, quando bateu o medo de não conseguir fazer algo, como, por exemplo, o estágio, que tive insegurança. Encorajou-me dizendo que eu era capaz e que iria dar tudo certo. Obrigada, também, por me ouvir muito falar de História, assistir aos filmes e documentários comigo, enfim, por sempre estar receptivo no compartilhamento de tudo o que eu queria contar, além de debater comigo assuntos que achava importante. Foram momentos especiais.

Aos meus professores que, ao longo do curso, proporcionaram meu crescimento, fazendo com que eu acreditasse na educação como poder de transformação de um mundo melhor. Aos professores Dóris Fernandes, Daniel Gevehr e Elaine Smaniotto, pelo grande conhecimento passado, por serem professores dedicados, além de proporcionarem momentos de amizade, conselhos e incentivo.

À minha querida professora e orientadora Andréa Rahmeier, que, em sala de aula, sempre tive muita admiração, pelo fato de ela ver cada aluno de forma particular, analisando caso a caso o crescimento, as dificuldades e sempre

auxiliando e buscando com que nos tornássemos o melhor que pudéssemos ser. Agradeço por, desde a escolha do tema da pesquisa até a entrega do trabalho, mostrar-se sempre atenciosa e disposta a trocar ideias, ajudando-me, separando livros e materiais necessários, além de incentivar-me a todo o momento, acompanhando todos os passos de pertinho para a conclusão da pesquisa. Será, sempre, um exemplo de profissional para mim.

Agradeço a todos os colegas que tive a oportunidade de conhecer ao longo dessa jornada, pois cada um, de alguma forma, marcou-me, nos vários momentos de aprendizado e troca de conhecimento. Ao meu colega Eduardo Weber, pelo interesse no meu trabalho e, também, por, no decorrer da pesquisa, dar-me diversas sugestões e indicar materiais. Aos meus colegas que hoje são meus grandes e queridos amigos, Dalvan Bonfada Laval, Luana Reuter e Daniela de Paula, os quais, durante esses anos, pude compartilhar momentos da minha vida. Superamos obstáculos juntos e sabemos exatamente o que cada um passa nessa trajetória. Tivemos situações de dificuldades, sim, mas, com certeza, não superam os vários momentos de alegria, as risadas e todo o apoio que um sempre deu ao outro. Vocês estarão para sempre no meu coração.

A todos os meus verdadeiros amigos, os quais não cabe aqui nomear, pois todos sabem quem são, agradeço por todo apoio, compreensão e amizade.

RESUMO

Getúlio Vargas é um dos presidentes mais lembrados da História do Brasil. Durante o Estado Novo (1937-1945), o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado no ano de 1939, desempenhou um papel importantíssimo na construção da imagem do presidente. Em torno de seu governo, existem rumores que ele se baseava no regime nazista de Adolf Hitler, em relação à propaganda e outros setores. A presente pesquisa busca analisar as semelhanças e diferenças entre a propaganda dos dois governos, as atitudes tomadas durante a permanência no poder, assim como de que forma seus órgãos de propaganda ajudaram a criar a imagem que queriam perante o povo. Isto é, o tema central é a propaganda de Vargas, no período do Estado Novo.

Palavras-chaves: Getúlio Vargas. Propaganda. Estado Novo. Nazismo.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Desfile nazista em Nuremberg.....	20
Imagem 2 - Juventude Hitlerista com Führer.....	40
Imagem 3 - " <i>Kinder, was weißt du über den Führer?</i> "	43
Imagem 4 - Getúlio Vargas ao lado de crianças	44
Imagem 5 - Comparativo das imagens	45
Imagem 6 - Capa da Cartilha "Getúlio Vargas para crianças"	46
Imagem 7 – Referência ao Führer	47
Imagem 8 - Desfile junto à Bandeira.....	47
Imagem 9 - Presidente Getúlio Vargas	48
Imagem 10 - Interação Presidente e povo	49

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	A PROPAGANDA POLÍTICA	8
2.1	Na Alemanha.....	11
2.1.1	Propaganda nazista.....	17
3	DO OUTRO LADO DO ATLÂNTICO	23
3.1	Propaganda brasileira.....	24
4	COMPARAÇÕES.....	32
4.1	Propaganda.....	34
4.1.1	Órgãos de propaganda.....	36
4.1.2	Ideias de conspiração.....	38
4.2	Trabalho com crianças e jovens	39
4.2.1	Análise de propagandas.....	42
5	CONCLUSÃO	51
	REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca abordar as semelhanças e diferenças das propagandas de Vargas com o regime nazista, na pretensão desses em cativar o povo e se tornarem adorados pela nação. O tema central deste trabalho é a propaganda de Vargas, durante o período do Estado Novo, e os vários elementos que giram em torno dela. Isto é, busca-se analisar como se deu o processo de construção da propaganda brasileira do ex-presidente Getúlio Vargas, durante o Estado Novo, tempo compreendido do ano de 1937 a 1945. Os problemas analisados foram as semelhanças e as diferenças existentes da propaganda brasileira com a propaganda nazista e seu ministério.

Justifica-se a escolha deste tema pelo grande interesse da pesquisadora em assuntos relacionados às influências da propaganda, da mídia e da oratória, utilizados por líderes na conquista de nações e de cada vez mais poder. Saber qual era a base brasileira para sua propaganda também foi um aspecto que despertou interesse por este estudo. A pesquisa é relevante para refletir o momento atual em que passa nosso país, bem como trazer à atualidade indagações do papel da propaganda e da mídia. Tudo isto com o intuito de ter uma visão crítica diante dos fatos. Além disso, a pesquisa torna-se significativa por ser um assunto, de certa forma, polêmico. Analisando o contexto político da época, surgem várias indagações. Em relação à propaganda, qual papel desempenharam no Brasil e na Alemanha, seus respectivos objetivos para a construção da imagem de seus líderes e quais elementos nazistas estão presentes na propaganda de Vargas, como também quais aspectos eram diferentes.

A pesquisa está envolvida em questões políticas. Referente a isso, pode-se destacar alguns aspectos citados por René Rémond, na obra “Por uma história política” (2003). Para o autor, o político é uma construção abstrata, e as variações que ele pode passar dependem de fatores externos, além de refletirem as mudanças de cada indivíduo que formam a população. Em alguns momentos, o campo do político é ampliado, como em tempos de guerra ou de crise, momento no qual a ideia de salvação da nação está envolvida (RÉMOND, 2003). Também, fez-se uso da obra de Pierre Rosanvallon, intitulada “Por uma história do político” (2010). Para abordar a questão da propaganda, foram utilizadas as obras de Domenach (2018), Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (2011) e de Andréa Sanhudo Torres (1999). Além das

obras citadas, o embasamento teórico teve a contribuição de outras publicações acadêmicas, artigos, monografias e teses, que foram analisadas no decorrer da escrita. Por exemplo, a tese de Doutorado de Andrea Helena Petry Rahmeier (2009), a monografia de Cristina Boeckel (2005), os TCCs de Luana Cristina Reuter (2017) e Milene Pereira Monteiro (2017), além da dissertação de Mestrado de Sandra Simões Pais (2012), que trabalham temas sobre a relação do Brasil e da Alemanha, a propaganda, Getúlio Vargas e o período do Estado Novo.

A pesquisa foi feita de forma qualitativa, sendo utilizadas leituras e análises de imagens das propagandas brasileiras de Getúlio Vargas e das nazistas de Adolf Hitler. Primeiramente, fez-se a leitura de bibliografias referentes ao tema e, em seguida, analisaram-se imagens utilizadas pela propaganda dos dois líderes, presentes em pôsteres, livros e cartazes da época, que estão na internet. Com esta metodologia, foi possível identificar o intuito desses órgãos, também as imagens que pretendiam construir os governantes perante o povo, além de analisar aspectos semelhantes e distintos entre eles.

O trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta a introdução.

O segundo capítulo expõe o contexto do surgimento da propaganda e a propaganda alemã, abordando o político e o papel dele na sociedade. Fala da propaganda como ferramenta de poder, utilizada pelas nações, e como ela atua por intermédio dos meios de comunicação, a fim de atingir os interesses de seus líderes. Esse capítulo apresenta a Alemanha na Primeira Guerra Mundial e os motivos que fizeram desencadear a Segunda Guerra Mundial, falando do processo de Adolf Hitler entre os dois conflitos, até a chegada ao poder. Sempre lembrando do tema principal do trabalho, que trata da ligação entre a política e a propaganda no governo e como ocorreu essa construção por meio do comandante do ministério, Paul Joseph Goebbels.

O terceiro capítulo refere-se ao governo de Getúlio Vargas. Inicia-se dando um breve histórico da propaganda brasileira na época do Império e, posteriormente, focaliza na propaganda durante o período do Estado Novo. Também, destaca a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), seus objetivos e o papel que desempenhou na construção da imagem do presidente Vargas.

O quarto e último capítulo analisa algumas propagandas, com o intuito de apresentar as semelhanças e diferenças entre o regime nazista e o brasileiro, traçando um comparativo. Sobre o regime, disserta-se sobre a forma de governo de Hitler e de Vargas, ressaltando sobre as ações que promoveram o nacionalismo, como estavam estruturados seus órgãos de propaganda, a utilização de um *bode expiatório* e a vinculação deles com as crianças e jovens. A partir das análises de propaganda, é possível refletir sobre a influência ou não do nazismo em propagandas brasileiras.

2 A PROPAGANDA POLÍTICA

Na história, o político sempre fez e faz parte de qualquer atividade e acontecimento. Todavia, não é possível delimitar seu campo de ação e interferência na sociedade (RÉMOND, 2003). A política reflete a sociedade, pois, por meio dela, os sujeitos são regidos por leis, as quais os dão direitos e deveres. Porém, o papel do político vai além de ocupar o cargo para o qual lhe foi concedido; ele envolve-se em vários campos, dentro dos grupos sociais.

O político é uma das expressões mais altas da identidade coletiva: um povo se exprime tanto pela sua maneira de conceber, de praticar, de viver a política tanto quanto por sua literatura, seu cinema e sua cozinha. Sua relação com a política revela-o, da mesma forma que seus outros comportamentos coletivos (RÉMOND, 2003, p. 450).

Pierre Rosanvallon (2010, p. 41) elucida que “o político e o social são indissolúveis, este derivando daquele seu significado, sua forma e sua realidade”; e complementa: “O político pode, portanto, ser definido como o processo que permite a constituição de uma ordem a que todos se associam, mediante deliberação das normas de participação e distribuição” (ROSANVALLON, 2010, p. 42). A propaganda política mais impositiva decorre de sua aliança com a ideologia. Assim, “não se trata mais de uma atividade parcial e passageira, mas da expressão concreta da política em movimento, como vontade de conversão, de conquista e de exploração” (DOMENACH, 2018, p. 25). A exaltação de certo grupo e a reprovação de outro pertencem às primeiras experiências da propaganda política. Domenach (2018) assinala que criar a rivalidade entre pessoas e transformar isso em luta política era mais simples que promover uma difícil discussão e enfrentamento de teses.

Na primeira metade do século XX, a propaganda surgiu como uma ferramenta essencial para os grandes acontecimentos da época. Ela tem como finalidade induzir ideais, atitudes, opiniões e sentimentos de determinado público, além de tomar espaço, principalmente, durante as guerras e conflitos, fazendo com que o povo fique a favor de seu líder, apoiando, dessa forma, todas as suas ações.

A propaganda política foi criada para influenciar a opinião pública, bem como para dirigi-la. No século XX, uma evolução lhe proporcionou, ao mesmo tempo, seu campo de ação - a massa moderna - e seus meios de atuação: as novas técnicas de

informação e de comunicação. Desde que existem competições políticas, isto é, desde o início do mundo, a propaganda existe e desempenha seu papel (DOMENACH, 2018). Ainda, segundo o autor, “a propaganda política, incontestavelmente, ocupa o primeiro lugar, antes da polícia, na hierarquia dos poderes do totalitarismo moderno” (DOMENACH, 2018, p. 9). Por intermédio dela, políticos, estadistas e ditadores procuraram incentivar o apego às suas pessoas e aos seus sistemas de governo. É importante lembrar que Rémond (2003, p. 444) aponta a política como “[...] a atividade que se relaciona com a conquista, o exercício, a prática do poder, assim os partidos são políticos porque têm como finalidade, e seus membros como motivação, chegar ao poder”. Dessa maneira, a propaganda torna-se aliada na busca desse objetivo, sendo possível ver a política e a busca de poder como sinônimos, pois os indivíduos envolvidos investem todos os seus esforços para chegarem no posto máximo e exercerem dominação sobre o povo.

Os líderes das diversas nações buscaram alcançar seus objetivos e interesses com o uso de técnicas, como a fotografia, o rádio, o cinema, o panfleto, entre outros. Em vários momentos, tiveram sucesso nessa tentativa, embora tenham também enfrentado impasses para conquistar plenamente isso. A propaganda sugere ou impõe crenças e reflexos, que modificam o comportamento, pensamentos e convicções. Isto é, influencia a atitude fundamental do ser humano.

As técnicas modernas de difusão derramam as notícias do mundo inteiro diretamente através da escrita, da palavra e da imagem, sobre massas de que grande parte se viu recentemente transplantada, subtraída ao ambiente em que vivia, à sua moral à sua religião tradicional, conseqüentemente mais sensível e maleável (DOMENACH, 2018, p. 20).

O sujeito, certas vezes, acaba tendo a sua “essência” transformada pela influência da mídia e da propaganda, que o induz a pensar e agir conforme o interesse das pessoas que estão no poder. Essa manipulação, sem dúvida, não atingiu e não teve o mesmo poder sobre toda a população.

As melhores condições de transporte (estrada de ferro, automóvel, avião) e a modernização do jornal, durante o século XIX, proporcionaram o aumento da triagem e a redução do seu preço; contexto que acelerou a distribuição dos exemplares. O jornal transformou-se em um instrumento popular e em uma formidável potência de opinião e de influência da massa. O rádio, na primeira década do século XX, permitiu

que a palavra fosse transmitida em todas as partes do mundo, além de ser utilizado pelos governos para sustentar suas concepções e sua política. Nesse sentido, “verificou-se que a voz humana reforçava consideravelmente a argumentação, infundindo-lhe vida e presença inexistentes em um texto impresso” (DOMENACH, 2018, p. 63).

Sem o desenvolvimento desses recursos (rádio e jornal), provavelmente Hitler não teria tido o papel histórico que alcançou. A partir de então, dado o progresso técnico, a publicidade passou a preocupar-se mais em impressionar do que convencer o povo. As imagens atraentes, gradativamente, sobressaíram-se aos anúncios sérios e informativos. Não muito tarde, a propaganda política começou a utilizar tais métodos, pensando que, do ponto de vista comercial, em matéria política também é possível influenciar a mudança de ideias (DOMENACH, 2018). A propaganda convence por meio da publicidade, uma vez que, para persuadir o povo, no intuito que esse tenha as mesmas ideias e passe a seguir determinada ideologia, é necessário seduzi-lo por intermédio de imagens e ações que causem impacto entre os indivíduos. A partir disso, o personagem tem condições muito mais favoráveis para atingir seu objetivo de dominação em massa.

Nesse sentido, é importante pontuar o significado de cultura de massa. Segundo Edgar Morin (1997, p. 15):

(...) a cultura de massa é uma cultura: ela constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas.

Morin (1997, p. 16) também destaca como essa cultura de massa é influente na sociedade, a partir do que ela representa:

A cultura de massa integra e se integra ao mesmo tempo numa realidade policultural; faz-se conter, controlar, censurar (pelo Estado, pela Igreja) e, simultaneamente, tende a corroer, a desagregar as outras culturas.

Seguindo na apresentação de conceitos, é relevante compreender o termo ideologia, tantas vezes utilizado, no que se refere à propaganda e no que envolve determinados grupos, regimes, partidos, etc.

Marilena Chauí (2008, p. 108) cita que:

A ideologia é um conjunto lógico, sistemático e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar, o que devem valorizar e como devem valorizar, o que devem sentir e como devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer. [...] a função da ideologia é a de apagar as diferenças como de classes e fornecer aos membros da sociedade o sentimento da identidade social, encontrando certos referenciais identificadores de todos e para todos [...].

A partir desses conceitos, é possível ver adiante, que tanto no governo alemão, como no brasileiro, estavam muito presentes a difusão de suas ideologias e o controle sobre a população.

2.1 Na Alemanha

A Alemanha nazista é um exemplo da combinação entre propaganda e política. Esses dois elementos percorreram juntos os caminhos no governo de Hitler. Dessa forma, é relevante apresentar um pouco sobre a história da Alemanha e de que maneira a ligação entre esses dois pontos foi essencial para o êxito do nazismo, em determinado período.

Após o fim da Primeira Guerra Mundial, a Alemanha teve muitos danos com o Tratado de Versalhes, como uma enorme crise econômica e política, que prejudicou a sociedade alemã nos anos de 1920. Houve a desvalorização da moeda e o crescimento da dívida externa. Estabeleceu-se no país a República de Weimar, a qual era democrática, federativa e parlamentar. Não conseguindo tomar medidas que auxiliassem na recuperação da devastação da Alemanha, esse governo propiciou o surgimento do nacionalismo no país, que procurava estabelecer a sua ordem.

Esse tratado se tornou uma poderosa causa para a eclosão da Segunda Guerra Mundial. As penas impostas incluíam os campos territoriais, econômicos e militares, e tudo isso para que a Alemanha fosse considerada culpada pela guerra. O país foi duramente punido, tanto que teve que se declarar responsável por todas as consequências e danos causados pela guerra. Dessa forma, foi prejudicado em diversos setores, e os alemães sentiram-se humilhados. O Tratado submetia o povo alemão a assumir a culpa pela guerra, o que consta especificamente no parágrafo do artigo 231, que era chamado de “a Cláusula de Culpa da Guerra” (DIEHL, 1996). Nesse sentido,

As limitações estabelecidas à Alemanha derrotada visavam a reduzir seu potencial econômico, tornando impossível não só a retomada do progresso, mas também afastando-a definitivamente da competição internacional. O país estaria condenado a uma estagnação perene. Ao cercearem a estrutura industrial alemã, os aliados dariam mais tarde argumentos ao nacional-socialismo para que o mesmo rompesse com esta camisa de força imposta ao país derrotado (SCHILLING, 1995, p. 10).

A derrota da Alemanha na Primeira Guerra Mundial foi essencial para a criação do Partido Nazista. É relevante abordar alguns aspectos, já que é dentro desse partido que Hitler traçou sua trajetória política e, por meio dele, chegou ao poder máximo da nação.

O Partido Nazista foi fundado por Anton Drexler, em janeiro de 1919, e denominado *Deutsche Arbeiterpartei*¹ (DAP). Hitler filiou-se² nele em setembro, em seguida, tornou-se líder e alterou o nome para *National-Sozialistische Deutsche Arbeiterpartei*³ (NSDAP), oferecendo uma estrutura administrativa, propagandística e teórica. O nazismo constituiu-se na ideia de raça, pois, “quem não tinha a cosmovisão (*Weltanschauung*) germânica era considerado sub-homem (*Untermensch*) ou não-homem (*Unmensch*)” (SCHILLING, 1995, p. 45). O conceito que os alemães tinham de ser uma raça superior foi a base para toda discriminação e perseguição a outros povos. Segundo o pensamento nacional-socialista, a humanidade obteve notáveis conquistas culturais, científicas e civilizatórias, a partir do surgimento do ariano, nomeado por eles como a raça pura (SCHILLING, 1995).

Um dos principais pontos doutrinários do NSDAP foi o arianismo, pelo qual uma raça pura e sem mistura deveria impor-se como dominante. Para Hitler, a pureza racial era a garantia de supremacia sobre os demais grupos e justificava quaisquer atos que pudessem favorecer seu poder hegemônico (DIEHL, 1996, p. 45).

Adolf Hitler participou da Primeira Guerra Mundial como soldado e serviu na França e Bélgica, como mensageiro da Primeira Companhia do 16º Regimento de Infantaria de Reserva Bávaro. Sua participação concedeu-lhe, durante o conflito, a patente de cabo e foi condecorado duas vezes: em 1914, recebeu a Cruz de Ferro de

¹ Partido dos Trabalhadores Alemães.

² A entrada de Hitler no partido fez com que ele atraísse cada vez mais membros, por meio de seus discursos, os quais contavam com uma boa oratória. Elaborou a ideologia nazista, a partir da propaganda antissemita, que o fez chegar ao poder.

³ Partido Nacional dos Trabalhadores Alemães Socialistas.

Segunda Classe e, em 1918, a Cruz de Ferro de Primeira Classe. Segundo Milene Monteiro (2017), a participação de Hitler o inspirou no pós-guerra e o incentivou a participar da vida política:

[...] a experiência de campo lhe trouxe impressões muito fortes acerca da política e alimentou um senso de responsabilidade, bem como de dever cívico e ânsia de mudança (MONTEIRO, 2017, p. 19).

Stackelberg (2002) também aponta a atuação de Hitler, no pós Primeira Guerra Mundial, como significativa para suas ações futuras:

O treinamento de Hitler como instrutor político do exército, ao final da guerra, e sua capacidade de liderança - o senso de missão, a capacidade de articular ressentimentos e objetivos nacionalistas, e sua dedicação à busca do poder - permitiram-lhe atrair seguidores e aumentar a participação no partido (STACKELBERG, 2002, p. 110).

Ao entrar para o Partido Nazista, Hitler destacou-se e foi conquistando poder dentro dele. Ao mesmo tempo, foi ganhando notoriedade na cidade de Munique e, com o passar dos anos, seus discursos reuniam cada vez mais pessoas e se expandiam além da cidade. Em 1923, Hitler tentou tomar o poder nessa cidade. Essa tentativa fez com que ele fosse julgado e preso em Landsberg, entre 11 de novembro de 1923 a 20 de dezembro de 1924. Foi na prisão que escreveu *Mein Kampf* (Minha luta), que, futuramente, tornou-se a manifestação real do nazismo (SCHILLING, 1995). Ele ficou por pouco tempo preso, durante três meses. Os motivos para liberá-lo foram o bom comportamento e por não ter antecedentes criminais (MONTEIRO, 2017).

Antes da Quebra da Bolsa de Valores⁴ de Nova York, em 1929, os nazistas eram praticamente desconhecidos, recebendo apenas 3% dos votos ao *Reichstag*

⁴ No final da década de 20, as nações europeias destruídas na Primeira Guerra Mundial estavam reconstruídas, isso fez com que as importações de produtos industrializados e agrícolas dos Estados Unidos diminuíssem. Com isso, as exportações para a Europa foram reduzidas, aumentando os estoques de produtos, pois não vendiam mais como antes. Muitas dessas empresas possuíam ações na Bolsa de Valores de Nova York, e milhões de norte-americanos tinham investimentos nessas ações. Em outubro de 1929, com a desvalorização das ações, houve diversas tentativas de investidores que queriam vendê-las, o que fez com que elas desvalorizassem mais ainda em poucos dias. O resultado foi a falência de inúmeras empresas e o desemprego de quase 30% dos trabalhadores. Vários países mantinham relações comerciais com os Estados Unidos, o que resultou em crise em todos os continentes.

(Parlamento Alemão), nas eleições de 1924. A crise de 1929 contribuiu muito à aprovação popular ao Partido Nazista, já que o povo buscava uma solução para os problemas. Essa crise econômica atingiu o mundo, e só na Alemanha havia seis milhões de desempregados, em junho de 1932. Nesse ano, o Partido Nazista obteve quase 40 por cento dos votos nas eleições parlamentares de julho, tornando-se um dos maiores partidos políticos da Alemanha, na época. Ainda, em 1932, no mês de novembro, outra eleição foi convocada, e o Partido Nazista perdeu mais de dois milhões de votos, mas continuou sendo o maior dentro do Parlamento. Na situação favorável que se encontrou o partido, Hitler foi nomeado chanceler⁵, em 30 de janeiro de 1933, pelo presidente⁶ Hindenburg, cargo que não lhe foi concedido por meio de uma votação, e sim pelo Partido Nazista ter muitos votos no Reichstag. Hitler era, no período, o representante maior dentro por partido. Com a morte do presidente Hindenburg, em 2 de agosto de 1934, ele une os cargos de presidente e chanceler e assume, de fato, o posto de presidente da Alemanha, sem ocorrer contestação (STACKELBERG, 2002).

Denise de Souza Araújo e Robson Bastos da Silva (2006, p. 3) apresentam a atuação de Hitler como chanceler:

Como chanceler, Hitler chega aos palanques para discursar sobre o desenvolvimento industrial e o fortalecimento das camadas trabalhadoras; seus discursos sempre acompanhados de muitos gestos e firme imposição da voz o líder político começa a conquistar multidões a seu favor.

O Partido Nazista passou a ser partido único, e a legislação começou a ser orientada e decidida por Hitler. Ele trocou os governadores eleitos nos Estados alemães por pessoas de confiança do partido. Dessa forma, eles perderam sua autonomia, e o poder centralizou-se nas mãos do *Führer*. Os sindicatos foram fundidos com a organização nazista, de modo que seus bens e documentos eram confiscados, até serem extintas essas organizações de representação trabalhista. A autoridade de

⁵ O papel do chanceler é exercer plenos poderes executivos. É o líder do partido ou coligação de partidos, com a maioria de lugares no parlamento.

⁶ O presidente tem um papel muito menos expressivo do que em países como Brasil e Estados Unidos. O presidente alemão, cujos poderes são, em grande parte, cerimoniais e muito limitados, é chefe oficial de Estado alemão. Ele ou ela não exerce o poder político e age mais como figura simbólica do poder.

Hitler e os objetivos nazistas deveriam ser aderidos pelo povo e por todas as organizações e governos na Alemanha.

O prestígio que Hitler havia conquistado entre a população era, em grande parte, pela frustração do povo com a situação econômica que se encontravam e pela derrota na Primeira Guerra Mundial, a qual gerou, a partir do Tratado de Versalhes, diversas punições injustas, na visão dos alemães. Uma nação, quando está fragilizada em diversos pontos e se vê em uma situação de extrema dificuldade, torna-se muito mais vulnerável, acabando, inconscientemente ou conscientemente, por parte de alguns, em busca de algo ou alguém, de modo a unir forças em torno de um partido ou projeto, o qual possa solucionar os problemas existentes ou manter poderes e/ou privilégios. Dessa forma, Hitler aproveitou-se da situação de aflição do povo alemão e mostrou-se como capaz de reerguer o país destruído. Ele passou a manipular a massa por meio de sua oratória, com discursos que despertaram emoções nos alemães, a fim de agirem conforme sua vontade e no intuito de ser considerado o “salvador” de todos. Domenach (2018, p. 53) menciona: “A grandeza do Reich e a felicidade de todos os alemães são associadas ao Partido Nacional-Socialista”.

As massas modernas, deprimidas e incrédulas no tocante a si mesmas, são espontaneamente atraídas por aqueles que lhes parecem possuir o segredo de uma felicidade que delas se afasta e poder estancar sua sede de heroísmo, por “tipos”, por iniciados, donos do futuro. (DOMENACH, 2018, p. 92, grifo do autor).

Durante a década de 1930, Hitler buscou tanto criar uma identidade nacional, quanto fazer com que o povo se sentisse inserido na nação a que pertencia, ou seja, procurava obter uma unidade cultural.

Essa unidade seria obtida por meio do Estado, que passa a ser fundamentalmente um instrumento da política racial. O movimento nacional-socialista é a energia, o Estado seu instrumento, o *Führer*, seu guia (SCHILLING, 1995, p. 39, grifo do autor).

O nazismo colocou-se permanentemente em oposição às minorias, como a de deficientes físicos, homossexuais e de raças diferentes da alemã, sendo os judeus o grupo da minoria, que mais sofreu com o ódio e a perseguição (DIEHL, 1996). Nesse período, “o judeu é visto como um elemento não assimilável, um cosmopolita, um

apátrida, incapaz de aderir ou compreender o conceito de nação” (SCHILLING, 1995, p. 34).

Hitler, ao dirigir-se às multidões, invocava o sangue e a raça, induzindo o ódio e o desejo de poder (DOMENACH, 2018). Em função de toda a construção de sua imagem, passou a ser visto como alguém com poderes divinos, sendo responsável por liderar o povo, que deveria segui-lo independente das consequências. Foi esse povo que permitiu o avanço desse líder e consentiu com suas ações, justificadas para o bem do povo alemão.

Sem Hitler, os alemães não poderiam ter conseguido o que conseguiram, e Hitler tampouco poderia ter realizado o que realizou sem o povo alemão - ou mais exatamente, sem a aceitação esmagadora de sua pessoa pela maioria (LUKACS, 1998, p.142).

Schilling (1995, p. 30) sublinha a aprovação dos alemães com as perspectivas de Hitler.

Hitler é, antes de tudo, uma síntese do pensamento reacionário europeu. Ao mesmo tempo, levou às últimas consequências esse pensamento, na medida em que encontrava eco junto às massas alemãs.

Estudos mais atuais seguem a mesma linha de argumentação, por exemplo, Horácio Matozo e Murilo Zulato (2015, p. 3) abordam essa aceitação da Alemanha às ideias nazistas, no que se referem ao extermínio do povo judeu.

Hitler entendeu os judeus enquanto culpados pela derrota na Primeira Guerra Mundial e os julgou como o grande mal a ser banido da Alemanha. E seu povo, receptivo a esse discurso, o apoiou. Em suma, Hitler empreendeu uma política antijudaica que culminou em uma carnificina jamais vista.

A notoriedade de Hitler seguiu aumentando, e era difícil o povo não se deixar influenciar pela euforia que o regime nazista criava. Ele favoreceu-se após uma melhoria na economia, durante seu estabelecimento no poder (STACKELBERG, 2002). Todavia, entre os anos de 1933 e 1939, cresceu a dívida do governo alemão para 250%, houve aumento da inflação e elevou-se o custo de vida. Todos esses obstáculos fizeram com que Hitler visse na guerra uma saída para todos os problemas econômicos, que a Alemanha vinha sofrendo (SCHILLING, 1995).

[...] uma dessas medidas econômicas foi o investimento no rearmamento alemão, o que desrespeitou o Tratado de Versalhes. Não bastando, o regime nazista foi marcado por sua administração autoritária, que fazia intenso uso da violência e defendia a concepção do Espaço Vital - o que contribuiu para o desencadear da II Guerra Mundial (MATOZO; ZULATO, 2015, p. 1).

Apesar de a melhoria na economia, houve problemas econômicos entre os anos de 1933 e 1939, como cita Schilling anteriormente. A partir da guerra, Hitler via a possibilidade de conquistar novos territórios e de recuperar a economia e o progresso à nação alemã, além da raça superior designada por ele dominar outros povos, recuperando-se, também, da humilhação sofrida na Primeira Guerra Mundial.

(...) Hitler afirmava que o povo alemão, superdotado do ponto de vista racial, deveria ser guiado pelo Partido Nazista ao seu alto destino de predominar sobre o resto da humanidade (PEREIRA, 2008, p. 54).

2.1.1 Propaganda nazista

Para entender toda essa construção nazista, precisa ser apresentada como era criada a propaganda, durante o governo de Hitler, bem como quem dirigia esse departamento. Este, de modo intenso, buscava o convencimento e a devoção da nação alemã, referente aos seus ideais e expectativas.

Na Alemanha, Paul Joseph Goebbels, que era integrante do NSDAP, desde 1924, foi o indivíduo que criou a imagem de Hitler como um ídolo e chefe indestrutível. Ele foi nomeado em 1928 como diretor de propaganda dentro do partido. Em 1933, com Hitler atuando como chanceler, tornou-se Ministro da Propaganda e da Informação Pública da Alemanha Nazista, cujo objetivo era difundir as posições ideológicas do Partido Nazista. Nas cidades, onde fosse possível, procurava preencher as escolas, ruas e instituições com mensagens, slogans e símbolos que remetiam ao nazismo. Quando a guerra se iniciou, investiu-se na criação da imagem de um exército poderoso e de um líder sagrado. As ideias que os nazistas pensavam ser uma ameaça ao regime eram intensamente censuradas (PAIS, 2012)⁷. Hitler e Goebbels prepararam cuidadosamente todas as manifestações:

⁷ Sandra Simões Pais defendeu, em Portugal, a dissertação em Ciência Política, intitulada “Propaganda - da teoria à prática: uma análise da propaganda nazi”.

O Partido e o Chefe estavam presentes em toda a parte: nas ruas, nas fábricas e até dentro das casas, nas paredes dos quartos. Jornais, cinema e rádio repetiam incessantemente a mesma coisa (DOMENACH, 2018, p. 50).

Domenach (2018, p. 61), ainda, destaca as ideias de Goebbels sobre a propaganda:

Conforme a assertiva de Goebbels: “Fazer propaganda é falar de uma ideia por toda a parte, até nos bondes. A propaganda é ilimitada em suas variações, em sua flexibilidade de adaptação e em seus efeitos”.

É de extrema importância o papel da propaganda dentro do Partido Nazista. Ela era encarregada de atrair simpatizantes e de manter a ordem por ele “inventada” (DIEHL, 1996). Entende-se que uma boa comunicação podia ser tão poderosa na manipulação das massas, quanto a violência. Joseph Goebbels assumiu o comando da publicidade nazista, sendo responsável por difundir as posições ideológicas do partido, atacando judeus e comunistas (BOECKEL, 2005).

A difusão da ideologia nazista vai utilizar-se enormemente dos veículos de comunicação, primeiramente o rádio e a imprensa (*Völkischer Beobachter*) e posteriormente o cinema. A presença da oratória de Hitler tornou-se um poderoso instrumento para obter concentrações de massas, acompanhadas de desfiles militares, procissões com tochas, etc., onde se invocava a tradição pagã e militarista da Alemanha. A obediência ao *Führer* era a condição básica para militante e sua vontade se tornaria a vontade da nação (SCHILLING, 1995, p. 58, grifos do autor).

Os meios de comunicação foram fundamentais para o sucesso da propaganda nazista. Reforçava o poder e a confiança que o povo deveria ter em relação ao *Führer*, na busca da ascensão do país.

Hitler passa a discursar durante horas no rádio e em horários de maior audiência, nos impressos e no cinema o que prevalece é seu slogan político criado por seu assessor de marketing Goebbels, “Hitler sobre a Alemanha”, o que simbolizava sua grandeza diante das dificuldades econômicas e estruturais que o país passava na época (ARAÚJO; SILVA, 2006, p. 5, grifo dos autores).

A propaganda nazista procurava gerar lealdade política e uma “consciência racial” entre seus cidadãos. Desse modo, o governo alemão tomava medidas para manter os judeus longe de qualquer atividade pública, com o intuito de evitar o contato com a “raça inferior”, assim nomeada por eles. Nesse sentido,

Após assumir o Ministério da Propaganda, Goebbels passa a controlar amplos setores da vida cultural alemã e tentar moldá-los de acordo com as visões doutrinárias nazistas. Uma de suas primeiras providências é a criação da Câmara de Cultura do Reich, que exige certificado de ancestralidade ariana de todos os que participam de atividades culturais, com o objetivo de banir os judeus da vida pública (BOECKEL, 2005, p. 30).

As campanhas antissemitas estavam presentes em todas as formas de divulgação, motivadas pelo ódio contra os judeus. O objetivo era afastá-los da sociedade alemã e de anular seus direitos sociais.

Artistas, pintores e cineastas foram mobilizados nas grandes campanhas promocionais do ministério como também nas campanhas anti-semitas e a favor da unidade e pureza racial dos alemães (SCHILLING, 1995, p. 62).

Para impor o controle, no que se refere à área cultural, o ministério divulgou a Campanha da Queima dos Livros⁸, a *Bücherverbrennung*. Qualquer obra que fosse considerada “antigermânica” deveria ser queimada. “Na lista figuram todos os autores marxistas, pacifistas e judeus” (DIEHL, 1996, p. 64). A censura tornou-se presente nas leituras que deveriam ou não ser realizadas pelo povo, o qual era submetido às determinações nazistas.

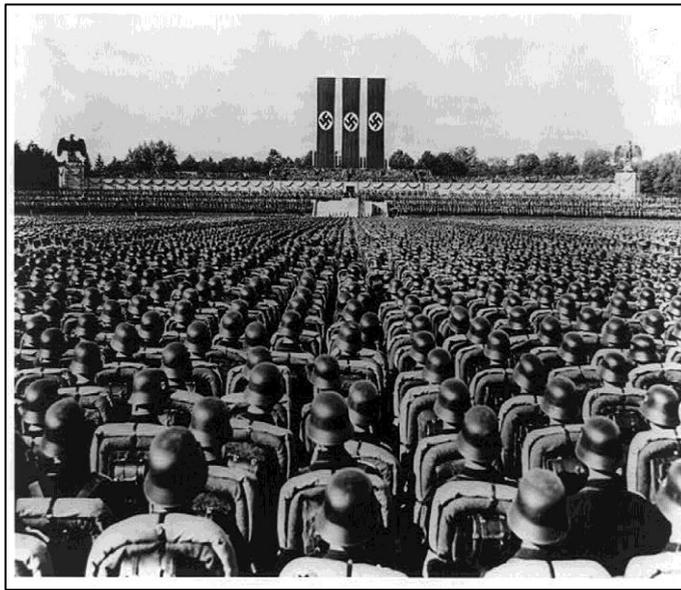
O poder do nazismo consistiu no domínio do povo por intermédio da propaganda, com os discursos de seu líder, desfiles, imagens e filmes.⁹ Todos os meios para impressionar o povo faziam, ao mesmo tempo, com que se sentisse amedrontado, mas, de certa forma, aproximado ao partido. A propaganda visual, como os comícios onde Hitler discursava e os desfiles que eram organizados pelo partido, gerou grande fascínio no povo.

A Imagem 1 (p. 20) demonstra a grandiosidade dos desfiles nazistas, que demonstrava o poder do partido e de seu líder. Era, também, uma das táticas de convencimento do nazismo, que, por meio de soldados bem vestidos e disciplinados, transmitiram segurança e causaram temor no povo.

⁸ O dia 10 de maio de 1933, escolhido para a queima dos livros, foi reproduzido na cena do filme “A menina que roubava livros”.

⁹ Milene Pereira Monteiro (2017) aborda o cinema no seu trabalho de conclusão “Das Telas Para a História: Leni Riefensthal e o Cinema Alemão no Período Entre Guerras”. Não será desenvolvido esse aspecto na pesquisa, pois não é possível comparação com o Brasil, já que não tivemos acesso aos filmes nacionais para uma análise.

Imagem 1 - Desfile nazista em Nuremberg



Fonte: LESSA, Fábio Lins. *O filme “O julgamento de Nuremberg”*: aula de história, direito e filosofia para a humanidade refletir. 2014. Disponível em: <<https://culturaeviagem.wordpress.com/2014/04/02/o-filme-o-julgamento-de-nuremberg-aula-de-historia-direito-e-filosofia-para-a-humanidade-refletir/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

O simples desfile de um regimento, puxado por uma banda de música, já atrai os basbaques [...]. Um grupo de homens disciplinados, devidamente uniformizados, marchando em ordem e resolutos, sempre exerce poderoso efeito sobre a multidão (DOMENACH, 2018, p. 92).

Os desfiles também foram retratados no cinema. As cenas do filme “O Triunfo da Vontade”, produzido pela cineasta Leni Riefenstahl, em 1934, tinha como intuito glorificar o regime nazista. Assim, foram selecionadas as melhores cenas dos desfiles, dos discursos, das massas, tudo cuidadosamente elaborado e decorado, a fim de gerar efeito de encanto e êxtase na população. Buscava-se, juntamente, construir a imagem de Hitler como um Deus e símbolo do nazismo. Vale ressaltar que “[...] todas as cenas tinham a essência do partido e instigavam a nação a se envolver e confiar na figura quase mítica de Hitler” (MONTEIRO, 2017, p. 58). O povo alemão deveria ver o *Führer* como o salvador, o único capaz de trazer o progresso novamente ao país.

Segundo Hitler (2016), em seu livro escrito em 1924, a propaganda dedicou-se a fixar uma ideologia a todo o povo, motivava a presença de uma unidade em relação às ideias e preparava o sucesso dessas. Era o compromisso da propaganda conquistar mais adeptos e disseminar as novas concepções, seduzindo a nação e desestabilizando as crenças que estavam em uso. Hitler disse que a propaganda

propiciou a conservação do poder e o possibilitaria a conquista do mundo (DOMENACH, 2018). Wagner Pereira (2008, p. 48) destaca que “Hitler não considerava a propaganda um mero instrumento para chegar à elite do partido, mas sim um meio para persuadir e doutrinar todos os alemães”.

Para uma boa propaganda, era necessário que os temas fossem constantemente repetidos. Segundo Goebbels, como a Igreja Católica perdurava por repetir as mesmas coisas por dois mil anos, o Estado nacional-socialista deveria agir de maneira semelhante. A repetição incansável das ideias deveria ser apresentada sob diversos aspectos, não alterando a sua essência, mas a forma como era disseminada. Uma informação, mesmo sendo mentira, pela quantidade de vezes que era repetida, levaria o indivíduo a uma ilusão que, de fato, fosse verdadeira. A intensidade com que os hitleristas dirigiam a propaganda foi de grande importância para seu poder. Ela estava presente permanentemente, tanto de forma visual, quanto de forma sonora. O militante era assim mantido em contínuo estado de exaltação (DOMENACH, 2018).

A propaganda nazista investia na imagem de seu líder, para reforçar sua liderança e controle sobre a nação, pois ele precisava ser visto como um reflexo do povo, no que diz respeito às suas expectativas e anseios.

Toda a habilidade da propaganda consiste em fazer-nos acreditar que esse estadista, esse chefe de partido, esse governo nos “representam” e não somente defende nossos interesses, mas também endossam nossas paixões, nossos cuidados, nossas esperanças (DOMENACH, 2018, p.122, grifo do autor).

Por intermédio de sua oratória, que poderia ser contemplada nos locais dos discursos, o rádio também permitiu que suas ideias pudessem ser ouvidas e disseminadas. Foi, sem dúvida, um dos meios mais importantes pelo qual Hitler ascendeu ao poder. Por meio de sua palavra transmitia sua força, seu carisma, enfim, o que quisesse que a massa acreditasse. Segundo Domenach (2018), aquele que quer convencer, usa suas próprias virtudes de simpatia e oratória. A propaganda de massa não teria os mesmos resultados, se não fosse sustentada pelo esforço de propaganda individual.

Hitler (2016), em seu livro, mencionou a influência da fala diante das massas, como peça fundamental no progresso e na conquista de metas:

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 (HITLER, 2016, p. 7).

Além da oratória, as imagens eram parte importante na construção da propaganda. A imagem contida nas fotografias, caricaturas, desenhos, emblemas, símbolos e retratos de líderes é, sem dúvida, o instrumento mais relevante e persuasivo, pois sua compreensão é imediata e não exige nenhum esforço. Era fundamental para a constituição de uma propaganda forte a presença de cantos, bandeiras, uniformes, entre outros (DOMENACH, 2018). Havia uma forte censura contra qualquer manifestação contrária ao regime, partido ou seus membros. Dessa forma, o ministério da propaganda realizava o controle de todos os meios de comunicação alemães, como jornais, livros, revistas, exposições artísticas, filmes, músicas, rádio, comícios e reuniões públicas.

3 DO OUTRO LADO DO ATLÂNTICO

Antes de 1930, o Brasil era governado pelas oligarquias de Minas Gerais e São Paulo. Por meio de eleições duvidosas, elas mantinham-se no poder e conseguiam revezar-se na presidência da República, com políticos que correspondiam aos seus interesses. Essa política, conhecida como “café com leite”, gerava insatisfação em setores militares, os quais buscavam moralização política do país. Nas eleições de 1930, era a vez de Minas Gerais indicar o candidato à presidência, porém, os paulistas apresentaram a candidatura de Júlio Prestes. Em vista disso, muitos políticos mineiros, não contentes com a situação, apoiaram o candidato de oposição da Aliança Liberal, que tinha para o cargo de presidente Getúlio Vargas. Júlio Prestes venceu a eleição e, como havia indícios de fraude eleitoral, criou-se um clima de insatisfação em várias regiões do país. Um ano antes, com a crise de 1929, o Brasil sofreu economicamente, com desemprego e dificuldades financeiras. Esses fatores, a crise e a eleição considerada fraudulenta levaram a uma situação crítica do então presidente Washington Luís, mas, mesmo assim, este não pretendia renunciar ao poder. Por isso, chefes militares depuseram o presidente e instalaram uma junta militar, que, após, transferiu o poder a Getúlio Vargas.

Com o golpe de 1930, terminou o domínio dessas oligarquias no poder, e Getúlio governou provisoriamente, de 1930 a 1934. Em 1932, o Estado de São Paulo revoltou-se contra o poder central da República, no episódio que ficou conhecido como “Revolução Constitucionalista de 1932”. Vargas, com o Exército Nacional, consegue combater o levante. Em 1933, a pressão para uma nova Constituição continuou, logo, foi convocada e assinada em 1934. Nesse ano, Vargas foi eleito indiretamente pela Assembleia Constituinte como presidente constitucional do Brasil, com mandato até 1938. Em 1935, os comunistas articularam-se contra o governo de Getúlio. O movimento foi liderado por Luiz Carlos Prestes e foi chamado de “Intentona Comunista”. Esse contexto possibilitou a Vargas e seus generais do Exército tramarem o golpe de 1937, que o deixaria no poder até 1945, tendo início o período do Estado Novo.

O Estado Novo surgiu em 10 de novembro de 1937, momento em que Vargas promulgou outra nova constituição, esta baseada na centralização política, no intervencionismo estatal e num modelo antiliberal de organização da sociedade. O

presidente procurou diminuir a autonomia dos Estados, exercendo, assim, maior controle sobre eles. Houve grandes transformações no Brasil, ao longo do Estado Novo, tais como, a liberdade civil interrompida, a dissolução do Parlamento e a extinção dos partidos políticos. Existia uma forte repressão policial, e o comunismo tornou-se inimigo público do regime. Também, ocorreram mudanças, como a transformação do Brasil, aos poucos, de uma nação agrária em uma nação urbana e industrial. Um dos fatores que propiciou essa modernização econômica do país foi sua entrada na Segunda Guerra Mundial.

O Brasil, em 1939, no início do conflito mundial, participou de forma neutra. Em 28 de janeiro de 1942, rompeu relações diplomáticas com os países do Eixo (Alemanha, Itália e Japão), após o fim da Reunião de chanceleres do Rio de Janeiro. Essa medida fez com que navios brasileiros fossem alvos de ataques dos submarinos alemães. Em agosto de 1942, em função dos torpedeamentos ocorridos em nosso litoral (Sergipe, Bahia, Pernambuco) e da morte de mais de 611 pessoas, houve uma campanha a favor da declaração de guerra brasileira, fato que motivou o decreto do estado de beligerância, em 22 de agosto; e o estado de guerra, em 31 de agosto, contra a Alemanha e a Itália. Vargas fez um acordo com Roosevelt, presidente dos Estados Unidos, ficando, assim, ao lado dos Aliados, com o intuito de modernizar as Forças Armadas e obter empréstimo para a construção da usina siderúrgica de Volta Redonda, que, em troca, o Brasil cederia bases aéreas do litoral do Nordeste e forneceria matérias-primas, como borracha e minérios. Sua atuação foi importante no combate aos países do Eixo: foram enviados militares brasileiros da Força Expedicionária Brasileira (FEB) para áreas de conflito na Itália, o que era contraditório, pois um país que vivia “longe” da democracia lutava contra uma ditadura.

3.1 Propaganda brasileira

O surgimento da imprensa no Brasil ocorreu em 1808, com o *Correio Braziliense*. Seu conteúdo era relativo à Colônia, mas, curiosamente, era elaborado na Inglaterra e, em seguida, enviado para circular no país. Com a chegada da Corte Portuguesa ao Rio de Janeiro, criou-se a Imprensa Régia, em 13 de maio de 1808. Em São Paulo, por exemplo, foram registrados cerca de 1.500 títulos, no fim do século XIX, que possuíam em torno de duas páginas (MARTINS; LUCA, 2011). A Imprensa

Régia era o único órgão que publicava os atos e decretos do governo. As obras literárias tinham que passar por uma censura prévia.

Por meio da Imprensa, pode-se acompanhar os fatos e as transformações que ocorrem em torno da sociedade, como também, a partir de seus documentos, reconstituir o passado para compreendê-lo melhor.

Os primeiros periódicos iriam assistir à transformação da Colônia em Império e participar intensamente do processo. A imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira. Tem certidão de nascimento lavrada em 1808, mas também é veículo para a reconstrução do passado (MARTINS; LUCA, 2011, p. 8).

Em duzentos anos que existiram os impressos no Brasil, foi possível ter registros de nossa história na imprensa. Nesses primeiros anos, a censura já se fazia presente e era exercida pelo poder civil e eclesial. Com o tempo, foram criadas até listas com títulos e critérios para a interdição de obras.

O século XX é o marco de transição da imprensa no Brasil. A pequena imprensa transforma-se em grande imprensa. As pequenas tipografias e os pequenos jornais de estrutura simples cedem espaço às grandes empresas jornalísticas estruturadas com equipamentos gráficos que permitem ser elevada a produção diária (JARDIM; BRANDÃO, 2014, p. 9).

Na década de 1930, a imprensa brasileira passou por transformações, como a vinda de novas máquinas importadas da Alemanha, o que ampliou o processo de produção e composição, melhorando os aspectos gráficos de paginação de jornais e revistas. Também, com o início do Estado Novo, já em dezembro de 1937, ocorreu a proibição dos partidos políticos e, conseqüentemente, a suspensão da publicação de seus órgãos de imprensa. Os jornais passaram a servir a ditadura (TORRES, 1999).

Getúlio Vargas criou, em dezembro de 1939, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que tinha como função executar e acompanhar todos os serviços de propaganda e publicidade. Ele buscava, além disso, propagar as ideias do governo, obtendo o controle de todos os meios de divulgação e censurando os conteúdos do rádio, teatro, cinema, turismo e imprensa. O DIP organizava e dirigia as homenagens a Vargas, formando um grande mecanismo de divulgação pessoal do chefe de governo, de sua família e das autoridades em geral. Como cita Vieira (2017), a imagem do presidente era um dos mais importantes focos da instituição.

Em uma de suas linhas editoriais, o Departamento de Imprensa e Propaganda investiu fortemente nesta promoção da imagem do presidente Getúlio Vargas como um grande herói nacional. As grandes qualidades do chefe da nação são constantemente destacadas e celebradas. Seu aniversário é comemorado como uma grande festa cívica, registrada também em livros que tem o dia 19 de abril como seu tema principal, exaltando a obra do “grande estadista” e sua especial personalidade (VIEIRA, 2017, p. 7).

Em 1942, o sergipano Lourival Fontes assumiu a direção do DIP. Ele dirigiu, entre 1934 e 1937, o então extinto Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que se transformou no Departamento Nacional de Propaganda. Era jornalista e utilizou técnicas de comunicação, a fim de reforçar a imagem do presidente pelo rádio, cinema e jornais. Lourival havia se tornado simpatizante do fascismo e de Benito Mussolini, após uma viagem à Europa – ato que esteve presente em seu desempenho dentro do DIP, durante os anos de Governo Vargas (PINHEIRO, 2008). “[...] O período mais intenso da produção DIP coincide com a direção de Lourival Fontes (1939-1942), no auge da ditadura do Estado Novo” (VIEIRA, 2017, p. 7). Os livros e artigos produzidos para periódicos sobre temas como a centralização política e ampliação dos poderes do chefe do executivo federal, a valorização da organização administrativa municipal em detrimento da estadual, a intervenção do Estado em áreas como economia, educação, relações internacionais, entre outros, têm como finalidade difundir os atos do governo e a imagem do presidente (VIEIRA, 2017).

Vieira (2017), ainda sobre os materiais impressos pelo DIP, enfatiza o crédito e a interferência que esses tinham na sociedade, sendo planejados para atingir o objetivo do governo, os quais foram bastante utilizados pelo órgão brasileiro e eram ferramentas de persuasão dele.

[...] o investimento do DIP em materiais impressos foi bastante intenso, o que demonstra que estes materiais possuíam, na época do Estado Novo, função estratégica na propaganda e divulgação de ideias (VIEIRA, 2017, p. 13).

Segundo Aldenise Santos e Anthony Santana (2010), Lourival contribuiu muito para a permanência de Vargas no poder e atribuiu a ele várias ações, as quais trouxeram prestígio ao governo vigente.

Sendo um grande administrador, soube produzir meios para orientar ideologicamente as massas: criou jornais, revistas e programas de rádio, além de ter atraído outros intelectuais para trabalhar em prol dessa política, pois reconhecia a importância deles para produção e condução de informações que legitimassem o governo (SANTOS, SANTANA, 2010, p. 7).

Roseane Pinheiro (2008, p. 80, grifo da autora), do mesmo modo, descreve o empenho de Lourival como:

Mentor de estratégias para calar os meios de comunicação, incentivar o culto da imagem do Presidente Vargas no cinema, teatro, programas de rádio e jornais e cultivar a ideologia totalitária, Lourival Fontes utilizou o marketing político para “vender” as ideias da ditadura getulista [...].

A autonomia da imprensa era restrita, e realizavam eventos para atrair jornalistas e parte de escritores brasileiros. A base da propaganda brasileira tinha como influência o fascismo e o nacionalismo exaltado.

Considerado o “Goebbels” brasileiro em alusão ao nome do chefe da Propaganda Nazista Paul Joseph Goebbels, o jornalista Lourival Fontes idealizará outras estratégias de promoção da ditadura de Vargas e de culto à imagem do presidente da República, utilizando até mesmo o teatro e eventos públicos (PINHEIRO, 2008, p. 81, grifo da autora).

O DIP, conforme os autores utilizados, foi o órgão responsável pela divulgação dos ideais de Vargas e pela construção de sua imagem como líder do povo, carismático e acolhedor, tendo Lourival Fontes como comandante da instituição, além de apreciador do fascismo, o qual fez refletir isso pelos seus atos. O departamento tinha como principal objetivo propagar a imagem de Vargas e as ações de seu governo, utilizando, para isso, os meios de comunicação.

Entre os principais objetivos do DIP, conforme seu decreto de criação, no 2º artigo, constava que o departamento deveria:

a) centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda nacional, interna ou externa, e servir, permanentemente, como elemento auxiliar de informação dos ministérios e entidades públicas e privadas, na parte que interessa à propaganda nacional; (...) c) fazer a censura do Teatro, do Cinema, de funções recreativas e esportivas de qualquer natureza, de rádio-difusão, da literatura social e política, e da imprensa, quando a esta forem cominadas as penalidades previstas por lei (BRASIL, 1939¹⁰).

Esse órgão era o grande aliado do governo, na idealização da imagem do presidente Vargas para a nação, construindo-a como “guardião do país” e como “pai do povo brasileiro”. Serviu à ideologia do Estado e ao marketing político do governo Vargas. Entre 1939 e 1945, centenas de filmes educativos, encomendados como programa do governo ou independentes, foram realizados com o apoio ou patrocínio do DIP (ANJOS, 2012). Essa relação tem ligação direta com o decreto de criação do DIP, o qual, no artigo 1º, instituiu que: “Fica criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (D.I.P.), diretamente subordinado ao Presidente da República” (BRASIL, 1939), fundamentando, assim, todas as suas práticas e comportamentos.

Havia grande preocupação com o conteúdo dos materiais que os brasileiros tinham acesso. Ainda, no artigo 2º, era apresentada uma das finalidades da instituição:

n) proibir a entrada no Brasil de publicações estrangeiras nocivas aos interesses brasileiros, e interditar, dentro do território nacional, a edição de quaisquer publicações que ofendam ou prejudiquem o crédito do país e suas instituições ou a moral (BRASIL, 1939).

Os fortes mediadores da propagação dos ideais nacionalistas do Estado Novo foram os meios de comunicação. Tanto o rádio como a imprensa escrita foram essenciais no intermédio entre o Governo de Vargas e o povo, na criação de uma unidade nacional (TORRES, 1999). Na rádio, o programa “A Voz do Brasil” foi criado e transmitido pela primeira vez em 1938; com duração de uma hora, tinha como objetivo doutrinar os ouvintes e dar notícias, era uma forma de aproximar o presidente dos brasileiros. Esse método de comunicação foi tão relevante que permanece até os dias atuais, facilitando o acesso à informação em lugares mais afastados, onde o rádio é um dos meios de comunicação mais utilizado. Com a criação do DIP, em 1939, além de trazer informações sobre os atos de Vargas, havia uma programação cultural com

¹⁰ Como o texto original, extraído da Internet, não apresentava paginação, não foi possível, neste trabalho, indicar a página da citação direta (N. A.).

canções da música popular brasileira, na qual tinha a parte cívica que destacava os feitos heroicos nacionais (BOECKEL, 2005).

Para engrandecer a imagem de Vargas e do governo, o DIP praticava algumas ações, como:

Produziam-se cartazes ilustrados, redigidos com “slogans” e frases extraídas de discursos de Vargas referentes às metas e realizações do governo, enaltecendo o “status quo” ou simplesmente reproduzindo a fotografia oficial de Getúlio (GARCIA, 1999, p. 153, grifos do autor).

Carlos dos Anjos (2012, p. 9) menciona a atuação do DIP na área cultural, que tinha, por sua vez, o intuito de aproximar a população e criar uma identidade para o Brasil.

O DIP, nas suas divisões de Divulgação, Cinema e Teatro, Radiodifusão e Turismo, contribuiu de forma contundente, tanto para a proteção e preservação da cultura popular, notadamente de raízes afro-brasileiras, quanto para a sua difusão em todo o território nacional, através de programas, eventos e projetos educativos. Diminuindo consideravelmente, pelos meios de Comunicação, as distâncias que impediam as várias regiões brasileiras de conhecerem o que era produzido culturalmente em todo o Brasil.

O mesmo autor também ressalta a “transformação” da cultura como objeto importante, durante o Estado Novo.

A cultura brasileira, em suas diversas matizes populares, passou a ser, também através do DIP, pesquisada, difundida, valorizada e “vendida” como identidade nacional (ANJOS, 2012, p.13).

Segundo Torres (1999), o DIP, com o passar do tempo, tornou-se cada vez mais poderoso, transformando-se no órgão opressor máximo na luta contra a liberdade de pensamento e de expressão. Com os DEIPs (filiais ramificadas nos Estados), houve a uniformização das notícias, por meio da Agência Nacional, que conquistou a nacionalização da informação, para, enfim, traçar uma cultura nacional.

A atuação do DIP influenciou ainda para o surgimento de um jornalismo de massa. Com suas atividades essencialmente reguladoras, determinou, entre outras coisas, a obrigatoriedade do uso exclusivo da língua portuguesa e a adesão da ortografia simplificada em toda a imprensa brasileira (TORRES, 1999, p. 143).

Para não deixar que chegasse ao povo qualquer crítica em relação ao governo, a censura era usada em todos os meios de comunicação e impedida sua liberdade de expressão de diversas formas.

A censura à imprensa era diária. Ela fazia parte de um projeto amplo que visava o monopólio da comunicação. Pois, mantendo o controle dos órgãos formadores de opinião a ideologia estadonovista, poderia ser difundida e propagandeada com eficácia. O controle agia com a preocupação de impedir que aspectos polêmicos da realidade fossem debatidos, impedindo, assim, o apoio de outras camadas da população a projetos contrários ao governo varguista (SANTOS; SANTANA, 2010, p. 4).

O DIP foi um dos grandes aliados de Vargas, para o auge de sua imagem como protetor do povo e herói da nação. Nelson Garcia (1999, p. 128-129) cita ações do presidente para a consolidação dessa imagem:

Além da onipresença, havia a distribuição de qualidades excepcionais. O próprio Vargas se autopromovia [...] constantemente falava na primeira pessoa, cantava suas próprias realizações, a sua formação superior.

A idolatria do líder estava ligada à onipresença, que permitiu o aumento de sua popularidade e reforçou a ideia de guia do povo. Presente em todos os lugares, com o auxílio da propaganda, tornou-se figura marcante e influente.

[...]a utilização da propaganda e da mídia a seu favor passou a alicerçar a imagem de bom político, preocupado com o povo, visto que mesmo em meio a um período tão conturbado e contraditório como o Estado Novo, o presidente acabou por se tornar o ídolo de grande parte da população brasileira [...] (REUTER, 2017, p. 60).

Um dos fatores para o sucesso da propaganda, durante o período do Estado Novo, deve-se também à baixa escolaridade dos cidadãos brasileiros, pois eram mais suscetíveis ao que lhes era passado, sem grandes questionamentos e ideias próprias.

Se a criação da imagem de ser superior conduzia Getúlio às alturas, distante do mundo terreno de uma população em grande parte inculta, analfabeta mesmo, todo um processo de popularização o tornava mais acessível, palpável, transformando Getúlio Dorneles Vargas em “Gegê” (GARCIA, 1999, p. 130, grifo do autor).

A propaganda do governo de Vargas é o agente que constrói em torno do presidente todas as designações a ele referidas, ao longo de sua trajetória política.

Isto é constatado no fato de que até os dias atuais Getúlio Vargas é conhecido como adepto ao populismo, o lutador das causas sociais e defensor dos interesses do país. Criou-se a imagem de ele ser um líder carismático, o qual tinha como foco as massas populares, tanto que ganhou o apelido de “pai dos pobres”, pois criou a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), com o objetivo de dar mais direitos aos trabalhadores, como o limite de carga horária, férias, salário mínimo, etc. Ou seja, representava, por meio dessas ações, as pessoas mais humildes. Mas, também, favoreceu as empresas e a elite, conquistando outro título, de “mãe dos ricos”, pois o presidente Vargas estimulou o desenvolvimento industrial no Brasil, construindo empresas estatais de mineração, siderurgia e geração de energia. Na educação, realizou algumas reformas e, a partir do início do Estado Novo, tornou obrigatória a disciplina de Educação Moral e Cívica para crianças e jovens nas escolas.

Vargas consolidou-se no imaginário das pessoas, por intermédio da propaganda e das ferramentas que seu governo disponibilizava. Não somente as imagens produzidas contribuíram nessa construção, mas também seus discursos e homenagens elaboradas que cultuavam o presidente. Pode-se citar, ainda, as obras direcionadas às crianças para alimentar o patriotismo. A propaganda criou a figura do presidente relacionada somente a aspectos positivos, já que toda e qualquer oposição era reprimida e censurada. Dessa maneira, sua imagem é perpetuada na história como um chefe protetor e “bom” presidente.

4 COMPARAÇÕES

Durante a década de 1930, Vargas e Hitler buscaram criar uma identidade nacional e fazerem com que o povo se sentisse inserido na nação a que pertencia, ou seja, procuraram obter uma unidade cultural. Vale ressaltar a diferença do conceito de nacionalidade nos países que estão sendo analisados. No Brasil, por exemplo, o conceito existente é o *jus solis*, o qual significa que todo aquele nascido em território brasileiro, automaticamente, adquire a nacionalidade desse país. Já na Alemanha, considera-se o conceito do *jus sanguinis*, assim, a nacionalidade alemã seria considerada somente para as pessoas que descendessem de cidadãos alemães. A ideia de nacionalismo de Vargas serviria para projetar o futuro, querendo construir os conceitos de nacionalidade e de nação. Na Alemanha, pretendia-se preservar os elos de identidade existentes no passado (RAHMEIER, 2009).

Na conjuntura política da Alemanha, observam-se características semelhantes ao Brasil. Adolf Hitler foi nomeado chanceler da Alemanha, em janeiro de 1933. Com a morte do presidente Hindenburg, em agosto de 1934, Hitler passou a ser o líder do país, centralizando o poder e passando por cima das leis, aniquilando toda oposição política e fortalecendo seu poder. Por outro lado, possibilitaram uma certa estabilidade econômica e diminuíram significativamente o desemprego, o que gerou maior popularidade. Grupos vistos como indesejáveis foram perseguidos ou assassinados, isto é, toda oposição ao governo era rudemente sufocada. Substituiu a bandeira alemã pela bandeira do Partido Nazista – ideia do partido único. O governo na Alemanha foi classificado como totalitário, porque dominava quase todos os aspectos da vida do povo.

No Brasil, Vargas assumiu postura semelhante, como a repressão aos comunistas que não eram bem vistos pelo governo, o fim do regionalismo, buscando também que o povo tivesse devoção e amor apenas a uma bandeira: a do Brasil. O país, juntamente a isso, contava com a censura da instituição de propaganda, com a finalidade de proteger-se de qualquer objeção. Durante o Estado Novo, os partidos políticos também foram extintos, os Estados perderam sua autonomia e o poder concentrava-se completamente nas mãos do presidente, mas não chegava a ter um controle em todos os aspectos da vida, como na Alemanha, por isso, classificava-se como ditadura.

Nos dois países, foram criadas ações que tiveram o intuito de reforçar e defender o nacionalismo. Na Alemanha, em 1933, a estrutura estatal nazista, o Comitê Geral dos Estudantes e a União Estudantil Nacional-Socialista anunciaram a Campanha da Queima dos Livros, a *Bücherverbrennung*. Qualquer obra que fosse considerada “antigermânica” deveria ser queimada. Os nazistas realizavam a censura das obras e definiam o que deveria ou não ser lido pelo povo. Entre as censuradas, estavam as de autores marxistas e judeus. Esse foi um ato simbólico de desejo de “purificação” do povo alemão e de renovação intelectual, a partir do controle da população pelo nazismo. No Brasil, também, com o objetivo de criar uma identidade nacional e fortalecer o nacionalismo, no dia 27 de novembro de 1937, no Rio de Janeiro, o presidente Getúlio Vargas realizou uma cerimônia em comemoração do dia da bandeira. Nesse ato, as bandeiras que representavam os Estados brasileiros foram queimadas em “sacrifício ao nacionalismo unitário e indissolúvel” (NETO, 2013, p. 313). A partir de então, prevaleceu apenas a bandeira do Brasil, demonstrando a unidade do país.

Pode-se imaginar o que significou, para indivíduos e povos de sentimento regionalista mais empedernido, a queima das bandeiras dos seus respectivos estados (NETO, 2013, p. 314).

A construção da identidade nacional¹¹ brasileira teve, em 1930, com a chegada de Getúlio Vargas ao poder, um estímulo maior. Para isso ocorrer, foram necessárias a centralização política e a propagação de uma educação que difundisse o conteúdo nacional, buscando extinguir traços culturais de outras etnias. Procurava-se, também, impedir movimentos de objeção ao regime, além de “camuflar” os problemas existentes, o que auxiliava na estruturação dessa identidade.

Luciano Ramos (2011) destaca que a ascensão do nacionalismo, em quebra do regionalismo, não pretendia anular o passado, mas ansiava “construir uma

¹¹ “[...] não adoto uma postura de que os países possuam uma identidade nacional única e estática, da qual os residentes e cidadãos participam ou não participam de forma absoluta [...] Nunca houve uma identidade nacional única ou estática: a própria fluidez do conceito faz com que ele esteja aberto a intervenções vindas de um ou de outro lado” (LESSER, 2015, p. 23) Enfim, não podemos definir precisamente o conceito de identidade nacional mas ele “engloba” determinadas características em comum como cita Moreno (2014 p. 7 – grifo do autor) “a *identidade* é uma categoria social discursivamente construída, expressa e percebida por diferentes linguagens: escritas, corporais, gestuais, imagéticas, midiáticas”.

memória para o povo brasileiro e a partir daí a identidade nacional” (RAMOS, 2011¹²). O Estado Novo planejava criar um sentimento de pertencimento à nação e, para isso, era preciso unificar as regiões do país. “Um indivíduo antes de ser paulista, teria que se sentir brasileiro” (RAMOS, 2011).

Na Alemanha, a crise de 1929 colaborou com o Partido Nazista para o seu assentimento popular, pois passava por diversos problemas econômicos, como a grande taxa de desemprego, e buscava algo/alguém que os solucionasse. Hitler era o nome que aparecia como “salvador”, trazendo como soluções o incentivo às indústrias e a dizimação do povo judeu. Já no Brasil, pode-se dizer que a crise também influenciou a ascensão de Vargas ao poder e contribuiu para reforçar o discurso revolucionário. Vargas seria o “novo”, em relação à velha política das oligarquias, que mantinha o poder nas mãos das elites regionais. Estas deixavam o povo, de certa forma, frustrado.

4.1 Propaganda

Luís Simões Lopes nasceu em Pelotas (RS), em 1903. Era engenheiro agrônomo e ingressou na política brasileira em 1925, quando entrou no Ministério da Agricultura, tornando-se oficial de gabinete. Após a vitória do movimento revolucionário, que levou Vargas ao poder, foi nomeado oficial de gabinete da Secretaria da Presidência da República, cargo que ocuparia até março de 1937. A propaganda nazista, em 1934, gerou deslumbramento em Simões Lopes, o qual sugeriu ao presidente Vargas a criação de um modelo parecido no Brasil, após viagem feita à Alemanha. Conforme escreve Anjos (2012), a fala dele seria:

O que mais me impressionou em Berlim foi a propaganda sistemática, metodizada pelo governo [...] não há, em toda a Alemanha, uma só pessoa que não sinta diariamente o contato com o nazismo ou de Hitler, seja pela fotografia, pelo rádio, pelo cinema, pela imprensa (LOPES, 1934 *apud* ANJOS, 2012, p. 11).

¹² Como o texto original, extraído da Internet, não apresentava paginação, não foi possível, neste trabalho, indicar a página da citação direta (N. A.).

A presença da imagem do líder em todos os lugares era uma estratégia para fortalecer a idolatria por ele, por isso havia exposição excessiva de sua imagem. Representá-lo como um deus trazia a ideia de que era um ser humano com capacidades além dos demais. Domenach (2018, p. 103) cita:

A unanimidade é ao mesmo tempo uma demonstração de força. Um dos alvos essenciais da propaganda é manifestar a onipresença dos adeptos e a superioridade deles sobre o adversário.

O governo alemão buscava ocupar diversos locais, como ruas, escolas, instituições públicas e privadas, ou seja, onde fosse possível, com mensagens, símbolos e slogans, que aludissem ao Partido Nazista (BOECKEL, 2005).

O governo brasileiro também apostou nesses traços, para fortalecer sua política. A imagem de Getúlio Vargas teria de ser popular e estar presente em todo o país, onde a população pudesse vê-lo como alguém próximo e disposto a ajudar, quando necessário. Cristina Boeckel (2005, p. 35), sobre a onipresença política no Estado Novo, afirma que:

O conceito de onipresença na propaganda política do primeiro governo de Getúlio Vargas está diretamente ligado à questão da obediência do povo. Por onipresença política podemos definir a sensação de que o poder oficial está em todas as partes. Isso é observável na existência de fotografias com a imagem do presidente não somente nos órgãos do governo, mas em quase todos os lugares públicos e nos grandiosos eventos realizados em honra do poder federal, inauguração de obras ou simplesmente em homenagem ao presidente da República.

Ana Heloísa Molina (1997) menciona, outrossim, que a figura do presidente Vargas aparecia constantemente em diversos elementos sociais e culturais no país. Fato que demonstrou uma forte propaganda, a qual tinha como objetivo a disseminação da imagem de seu líder.

A disseminação do rosto de Getúlio Vargas, personificando o Estado e o regime, era constante, seja através de fotos, cartazes, lemas, dísticos, moedas, selos, placas comemorativas, seja a intitular grandes instituições, provas esportivas e logradouros públicos (MOLINA, 1997, p. 103).

4.1.1 Órgãos de propaganda

Na tarefa de difusão das imagens dos líderes e de seus ideais, estavam os órgãos responsáveis pela propaganda. Assim, é relevante perceber como eles estavam estruturados. Na Alemanha, o Ministério da Propaganda, em 1933, passou a ter funções antes designadas ao Ministério de Assuntos Exteriores, como o comando dos trabalhos de propaganda no exterior, de controle de todos os assuntos relacionados à imprensa, ao rádio, ao teatro, ao cinema e, também, às comemorações do Estado e do turismo (PAIS, 2012). Como detalha Sandra Pais (2012, p. 53), na reestruturação do novo Ministério responsável pela propaganda, criaram-se diversos departamentos:

Aquando do planeamento do novo Ministério, Joseph Goebbels previa que este tivesse cinco departamentos, cada um deles responsável, respetivamente, pela rádio, imprensa, propaganda ativa, cinema, e teatro e educação popular. Contudo, em 1933, quando foi instituído e devido ao desenrolar da guerra, o novo Ministério acabou por ficar composto por cerca de catorze departamentos [...].

Desses catorzes departamentos, Pais (2012) estudou sete com maior intensidade, os quais eram: o Departamento de Legislação e Questões Legais, Finanças, Orçamento e Contabilidade; o Departamento de Coordenação do Esclarecimento Popular e da Propaganda (tinha como função as cerimônias e demonstrações oficiais, os emblemas nacionais, as questões raciais, as ideologias opositoras, bem como as Agências Regionais do Ministério e a Academia Alemã de Políticas); o Departamento responsável pela imprensa nacional e estrangeira, pelos jornalistas e pelos arquivos (também controlava as emissões de rádio); o Departamento que comandava as atividades do cinema, responsável pelo teatro, pela música e pelas artes. O sistema de organização do Ministério da Propaganda nazista chamava a atenção do oficial de gabinete de Vargas, o qual expressou: “A organização do Ministério da Propaganda fascina tanto que eu me permito sugerir a criação de uma miniatura dele no Brasil [...]” (LOPES, 1934 *apud* ANJOS, 2012, p.11).

No Brasil, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939, passou a ser um dos órgãos mais importantes para a difusão da imagem de Vargas, tendo grande poder no regime do Estado Novo.

A partir da criação do DIP, todos os serviços de propaganda e publicidade dos ministérios, departamentos e estabelecimentos da administração pública federal e de entidades autárquicas passaram a ser executados com exclusividade pelo órgão, que também organizava e dirigia as homenagens a Vargas, passando a se constituir no grande instrumento de promoção pessoal do chefe do governo, de sua família e das autoridades em geral. Contando com maior amplitude de ação e maior autonomia que os departamentos que o antecederam, dada sua ligação direta com a Presidência da República, o DIP tornou-se o órgão coercitivo máximo da liberdade de pensamento e expressão durante o Estado Novo e o porta-voz autorizado do regime (ARAÚJO, 2018¹³).

O DIP estava dividido em cinco departamentos. Um deles era o da divulgação, que tinha como funções atividades de exposição da opinião local sobre as orientações do regime e o impedimento da entrada de qualquer ideia contrária. Esse também fazia a propaganda de artistas brasileiros, como poetas, cantores e compositores, por meio da organização de shows musicais, sessões literárias e congressos; além de editar livros, folhetos e cartazes do DIP, publicando anualmente todas as informações sobre as revistas, jornais e livros apresentados no Brasil. Outro departamento era o de rádio, que tinha como objetivo levar aos ouvintes nacionais e estrangeiros informações sobre as atividades brasileiras que chamassem a atenção, fazer a censura de programas e letras musicais, como também preparar o programa “Hora do Brasil”. No que diz respeito ao teatro e ao cinema, esse departamento devia previamente censurar, autorizar ou interditar todas as peças teatrais e filmes em todo o país e, ainda, publicar no Diário Oficial o nome dos que tivessem sido censurados. O departamento de imprensa exercia a censura à imprensa e monitorava, tanto a nível nacional quanto a estrangeira. Na divisão de turismo, a tarefa era divulgar o Brasil no exterior para incentivar essa atividade. Para auxiliar, editou folhetos em língua estrangeira, com ilustrações do Rio de Janeiro e de Poços de Caldas (ARAÚJO, 2018).

O governo de Getúlio Vargas, muitas vezes, foi comparado ao regime totalitário de Hitler, principalmente no que diz respeito a algumas ações, em que o presidente recebia importante destaque.

¹³ Como o texto original, extraído da Internet, não apresentava paginação, não foi possível, neste trabalho, indicar a página da citação direta (N. A.).

O DIP com certeza se inspirou na experiência alemã, passando a atuar diretamente na produção de curtas-metragens de propaganda, através do Cinejornal Brasileiro, que ocuparia o espaço já destinado aos curtas brasileiros antes da exibição dos longas metragens. Os cinejornais exaltavam os feitos do Governo Vargas descrevendo eventos, viagens, comemorações, em que o próprio presidente figurava como protagonista (ANJOS, 2012, p. 12).

O Estado Novo era um regime autoritário, já o nazismo um regime totalitário. O nazismo planejava anular e oprimir a sociedade e, nesse caso, promovia o partido único – este estava acima do povo e do próprio Estado. No Estado Novo, a sociedade não estava baseada em função de um partido, já que não existiam partidos políticos, a autoridade do regime e a sua ideologia encontravam-se e construíam-se, respectivamente, na imagem de Getúlio Vargas (NUNES, 2004). Apesar de serem regimes diferentes, Nunes (2004, p. 92) afirma sobre o Brasil que: “Não resta dúvida de que o regime de 1937 é autoritário, mas com algumas características totalitárias [...]”.

4.1.2 Ideias de conspiração

Tanto os governos de Vargas como de Hitler utilizaram a ideia de um *bode expiatório*. Isto foi utilizado pela propaganda como algo ou alguém que se usa das dificuldades do país para seu benefício próprio. “O princípio do *bode expiatório* baseia-se na procura de alguma instituição ou figura presente na sociedade que passe a ser apontada pelos representantes do governo como a causadora de todos os problemas existentes na nação” (BOECKEL, 2005, p. 34).

Vargas utilizou-se dos avanços de grupos de esquerda para criar o mito do chamado Plano Cohen (documento divulgado pelo governo brasileiro). Esse foi um golpe de um suposto esquema de comunistas, os quais tinham como objetivo assassinar importantes membros da política nacional e tomar o poder, o que deixou a população assustada e foi o motivo para alegarem que Getúlio Vargas deveria permanecer à frente do país. Em 30 de setembro de 1937, o plano foi enviado ao governo e anunciado no programa de rádio “Hora do Brasil”, pelo chefe do Estado-Maior do Exército Brasileiro, o General Goes Monteiro. Após ter sido anunciado, Vargas pediu ao Congresso Nacional que fosse decretado Estado de Guerra, e foi

atendido já em 1º de outubro de 1937. Isso serviu para que o presidente colocasse seus inimigos fora da lei e implantasse a ditadura do Estado Novo.

Hitler usou-se do poder econômico dos judeus e a sua existência como responsáveis pelo empobrecimento do povo alemão, já que esses eram donos de bancos, de grandes empresas e tinham significativos valores no país. A culpa designada aos judeus fundamentava toda perseguição realizada, somando-se a isso a ideia propagada do *Führer*, de declarar os alemães como uma raça superior.

4.2 Trabalho com crianças e jovens

O governo nazista colocou em prática um programa em que as crianças e jovens passariam mais tempo na escola e incluíram uma nova matéria no currículo, chamada de “conhecimentos raciais”. O partido direcionou no país uma forma de educação, que ganhou força pelo aumento dos integrantes na juventude hitlerista. Historicamente, o Estado era responsável pela educação das crianças e jovens. Todavia, o Partido Nazista já tinha um planejamento, antes mesmo de chegar ao poder, de criar uma nova organização, a *Hitlerjugend* (Juventude Hitlerista). Em 1936, quando Hitler já era chanceler e presidente da Alemanha, o ingresso na *Hitlerjugend* passou a ser obrigatório. As atividades de grupo (como acampamentos, que poderiam durar semanas; e os planejamentos de atividades, que iniciavam às 7h, com término às 21h) eram enviadas aos pais. Os jovens, assim, tinham pouco tempo disponível e que pudessem estar a sós. Dessa forma, eram treinados e, conseqüentemente, retornavam às suas casas mais “apreciadores” e zeladores da Alemanha Nazista. (DIEHL, 1996).

Imagem 2 - Juventude Hitlerista com *Führer*



Fonte: GRAFF, Mateus. *7 Coisas que as 'Crianças de Hitler' aprendiam*. 2017. Disponível em: <<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/7-coisas-que-as-criancas-de-hitler-aprendiam/>>. Acesso em: 15 out. 2018.

Com o passar do tempo, a organização direcionada aos jovens foi evoluindo, ampliando-se fora do partido e formando uma unidade maior. Como Diehl (1996, p. 65) apresenta:

As organizações para jovens, antes presentes apenas no interior do partido, agora se expandem para toda a sociedade, ganhando força de instituição. A criança deveria passar o máximo de tempo possível sob os cuidados do *Reich*, que se responsabiliza pela educação intelectual e esportiva, além de promover festas, jogos e a diversão dos jovens.

Na Imagem 2, vê-se Hitler com os integrantes da *Hitlerjugend*. Percebe-se, nela, a devoção e a fidelidade ao líder e ao partido. Essas atividades foram desenvolvidas desde a infância até a juventude. Nessa foto, não tem a presença de meninas, mas sabe-se que elas também entravam no grupo e eram ensinadas a serem boas mães e donas de casa (BARTOLETTI, 2006). As crianças e os jovens, para serem admitidos na *Hitlerjugend*, eram examinados, como descrito em detalhes por Bartoletti (2006, p. 30).

Durante a fase de avaliação, os candidatos provavam sua capacidade física: participavam de corridas, jogavam beisebol, faziam natação e ginástica. As meninas faziam caminhadas de duas horas, enquanto os meninos faziam uma de três dias pelo país. Os meninos também passavam por uma prova de coragem pulando de uma altura de dois ou três andares em cima de uma lona ou dentro d'água.

Inclusive, seus pais eram observados pelo partido. Para que as crianças e os jovens pudessem permanecer no grupo, seus pais deveriam fazer parte do Partido Nazista e não poderiam ter vínculo algum com judeus, Testemunhas de Jeová ou qualquer outro grupo reprimido por eles, para manter atitudes condizentes às pregadas pelo nazismo (BARTOLETTI, 2006). A entrada dessas crianças e jovens era prestigiada por diversas famílias alemãs, que viam na organização nazista um bom modelo a ser seguido por elas. “Muitos pais gostavam do que viam nos filhos: disciplina, bom estado físico, presteza, desejo de ser o melhor, orgulho da herança nacional, meta” (BARTOLETTI, 2006, p. 33).

Já no Brasil, tem-se, em 1938, o primeiro projeto acabado de criação de uma organização da juventude, patrocinado pelo ministro da Justiça Francisco Campos.

[...] o projeto foi sucessivamente reformulado, absorvendo contribuições decisivas de Gustavo Capanema, ministro da Educação. Na versão final, a organização desfez-se de qualquer traço que a fizesse parecer uma milícia, mantendo-se apenas como um movimento de caráter cívico, voltado para o culto dos símbolos nacionais. Foi com essas características que foi criado, em março de 1940, o movimento da Juventude Brasileira (FGV, 2018¹⁴).

O projeto inicial não aprovado era inspirado, provavelmente, na Juventude Hitlerista, mas o documento final não apresentou essas características tão fortes. Pelo Decreto-Lei nº 2.072¹⁵, de 8 de março de 1940, foi criada a Juventude Brasileira. O documento estabelecia a obrigatoriedade da educação cívica, moral e física da infância e da juventude, além de caracterizar o grupo como uma corporação formada pela juventude escolar de todo o país, com a finalidade de prestar culto à pátria. Dar a vida pelo regime “é consequência natural do bom e patriótico jovem estadonovista” (NUNES, 2004, p. 141).

O DIP foi o responsável pelo lançamento da Organização da Juventude Brasileira, ocorrida no Palácio Tiradentes, no dia 4 de junho de 1940. “Houveram inúmeros comentários favoráveis na imprensa, além de toda pompa que cercou o

¹⁴ Como o texto original, extraído da Internet, não apresentava paginação, não foi possível, neste trabalho, indicar a página da citação direta.

¹⁵ Decreto-lei nº 2.072, de 8 de março de 1940. Dispõe sobre a obrigatoriedade da educação cívica, moral e física da infância e da juventude, fixa as suas bases, e para ministrá-la organiza uma instituição nacional denominada Juventude Brasileira. *Diário Oficial da União*: Rio de Janeiro, 11 mar. 1940, Seção 1, p. 4239. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2072-8-marco-1940-412103-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

acontecimento” (NUNES, 2004, p. 164). José Luiz Nunes (2004) afirmou que a Juventude Brasileira se baseou na Juventude Hitlerista, no que diz respeito a sugestões, organização, base e regulamentação. O que contribuiu para isso foi o fato de o grupo nazista ser muito admirado por Gustavo Capanema (ministro da Educação), visto por ele como modelo, no que se refere a seu objetivo educativo.

4.2.1 Análise de propagandas

As crianças e os jovens foram muito utilizados pelos órgãos de propaganda nazista e brasileiro. Eles apareciam em cartazes que exaltavam o patriotismo e o líder de seu respectivo país, auxiliando no fortalecimento do sentimento nacionalista.

Nesse sentido, busca-se analisar algumas imagens e entender a importância delas na construção da história. Ana Maria Mauad e Marcos Felipe Lopes (2014, p. 283), afirmam que “As imagens são ricas e, por vezes, podem parecer comunicar mais do que se quer mostrar”. Na Imagem 3 (p. 43), Hitler aparece em um cartaz com crianças. Era apresentado como um indivíduo atencioso e cativante, capaz de conquistar a afeição de todos. Essas representações eram utilizadas com o propósito de auxiliar na construção da imagem do *Führer*, perante às massas, de um líder carismático, próximo da nação alemã, que, mesmo mostrando-se rude em vários momentos, tinha sua face afável com o povo ariano. Essa imagem reforça a ideia de Domenach (2018), o qual diz que eram um dos recursos mais significativos, pois, por meio delas, o povo assimilava mais fácil a mensagem a ser transmitida. Também, ressalta que por intermédio da propaganda o povo é influenciado e induzido na fixação de pensamentos e convicções.

Imagem 3 - “Kinder, was weißt du über den Führer?”¹⁶



Fonte: RIBEIRO, Luciano. *10 peças perturbadoras de propaganda nazista para jovens*. 2013. Disponível em: <<https://papodehomem.com.br/10-pecas-perturbadoras-de-propaganda-nazista-para-jovens/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

A partir das imagens, é possível ter uma nova visão e interpretação de determinados fatos no decorrer da história, analisando as expressões e o que querem transmitir ao leitor.

[...] os regimes visuais são capazes de agenciar os sentidos da História, ou seja, não haveria uma história por detrás das imagens, mas uma história das imagens e com imagens (MAUAD; LOPES, 2014, p. 283).

Semelhantemente, a propaganda brasileira produziu um cartaz em que Getúlio era representado com as mesmas características de Hitler, afetuoso e cativante perante às crianças, conforme aparece na Imagem 4 (p. 44). Vargas, ao lado delas,

¹⁶ Tradução: “Crianças, o que vocês sabem do *Führer*?”.

reforça a ideia de um representante do povo atento aos pequenos, que eram considerados o futuro do Brasil; em vista disso, várias ações governamentais foram direcionadas à infância e à educação.

Imagem 4 - Getúlio Vargas ao lado de crianças



Fonte: ARAÚJO, Andre. *Há 78 anos, Getúlio implantava o Estado Novo*, por André Araújo. 2015. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/ha-78-anos-getulio-implantava-o-estado-novo-por-andre-araujo>>. Acesso em: 18 set. 2018.

Pode-se observar nas duas imagens um sorriso doce de Hitler e de Vargas para as crianças, dirigindo-se a elas de maneira carinhosa, e estas recebendo-os felizes e com olhares atentos. Nos dois cartazes (Imagem 5, p. 45), aparecem as bandeiras nacionais (nazista e brasileira), acentuando o patriotismo e a veneração que a nação de cada um desses países deveriam ter. Também, deve-se perceber que na Alemanha o destaque era a bandeira do partido e no Brasil a bandeira nacional. Então, em síntese, a mensagem principal era de líderes achegados à população e preocupados com as crianças, que assegurariam o futuro de seus países.

Imagem 5 - Comparativo das imagens



Fonte: O ESTADO NOVO e a Constituição de 1937. Disponível em: <<http://paleonerd.com.br/2015/07/10/o-estado-novo-e-a-constituicao-de-1937/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

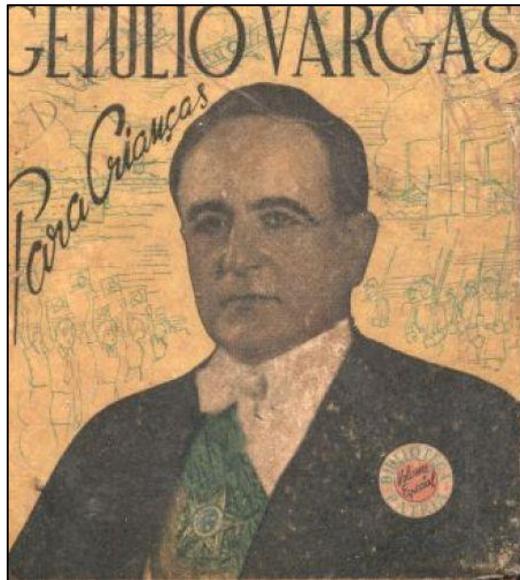
Vargas, para intensificar essa atenção às crianças, segundo Garcia (1999), ao sair para passear a pé pelas ruas, levava consigo balas e moedas nos bolsos, para, caso as encontrassem, pudesse oferecer-lhes e fazer um afago em suas cabeças, sempre que surgisse o momento apropriado. Essas crianças, no Brasil, auxiliaram na construção do país como nação, com o patriotismo induzido desde cedo, a partir das cartilhas escolares – que eram uma ferramenta de domínio do regime perante elas.

As cartilhas escolares infantis destinadas ao ensino primário traduzem facetas significativas de valores e práticas importantes de doutrinação infantil num cenário político, social e cultural densamente articulado ao projeto varguista de construção da nacionalidade (SCHMITZ; COSTA, 2014, p. 2).

O setor educacional foi muito significativo no governo de Vargas, em que “(...) a Educação se apresentou como importante meio para a formação do cidadão idealizado pelo Estado Novo” (SCHMITZ; COSTA, 2014, p. 9).

A Cartilha “Getúlio Vargas para crianças”, apresentada na Imagem 6 (p. 46), criada em 1942, foi financiada pelo DIP, contendo um texto de fácil compreensão, acompanhado de ilustrações; como também a Cartilha “Getúlio Vargas: o amigo das crianças”, criada anteriormente, em 1940. A partir desses projetos do governo com o DIP, Getúlio Vargas pretendia “consolidar-se não apenas como “pai dos pobres”, mas, também, o “amigo das crianças” (SCHMITZ, COSTA, 2014, p.15).

Imagem 6 - Capa da Cartilha "Getúlio Vargas para crianças"



Fonte: BARROSO, Alfredo. *Getúlio Vargas para Crianças*. Rio de Janeiro: GR. Consorc. Suplem. Nacionais LTD, 1942. Disponível em: <<https://www.traca.com.br/livro/58177/#>>. Acesso em: 18 set. 2018.

As Cartilhas eram uma forma de atingir o imaginário infantil e de tornar presente a imagem de Vargas, pois as crianças eram vistas como ponto fácil de manipulação (SCHMITZ; COSTA, 2014). Elas tinham:

[...] a intenção foi criar uma imagem positiva de Getúlio Vargas através de vários atributos a ele conferidos, apresentados como exemplos / condutas a serem partilhados, apropriadas socialmente (SCHMITZ; COSTA, 2015, p.10271).

Gomes (2013) reconhece essa construção da imagem de Vargas no imaginário da população:

Vargas, em sua longa e atribulada trajetória política, foi sendo moldado como portador tanto de surpreendentes qualidades de estadista - coragem, sabedoria, determinação -, quanto de características de "homem comum" - simpatia, malandrice, simplicidade -, facetas que o aproximavam, ao mesmo tempo, dos grandes líderes do país e de "seu" povo, como afirmava em muitos discursos. Ficou conhecido como o "pai dos pobres", o protetor dos trabalhadores (GOMES, 2013, p. 29, grifos do autor).

Um exemplo dessa construção é a Imagem 7 (p. 47), na qual tem um grupo de meninos alemães uniformizados fazendo a reverência ao *Führer*; em destaque, um

deles carrega a bandeira do Partido Nazista, e todos estão felizes. Já na Imagem 8 (p. 47), com alguns aspectos semelhantes à Imagem 7, vê-se uma turma de jovens mulheres uniformizadas, desfilando e levando consigo bandeiras do Brasil. Em evidência, como espectador, tem-se um menino, também uniformizado, que carrega a bandeira do país. Ele exibe um sorriso e tem um olhar otimista para o futuro. Crianças e jovens, tanto no Brasil, quanto na Alemanha, foram utilizados pelos órgãos de propaganda, a fim de fortalecer a imagem de seus líderes como pessoas carismáticas, afáveis e atenciosas a elas. Eles eram considerados o futuro de seus países e incentivados a reforçarem o patriotismo e a adoração da nação a que pertenciam.

Imagem 7 – Referência ao *Führer*



Fonte: R. Abigail. Estereótipos. 2015.
Disponível em: <<http://history-true.blogspot.com/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

Imagem 8 - Desfile junto à Bandeira



Fonte: MP Militar. 2018. Disponível em: <<http://www.mpmilitaria.com.br/produtos.asp?produto=4429>>. Acesso em: 18 set. 2018.

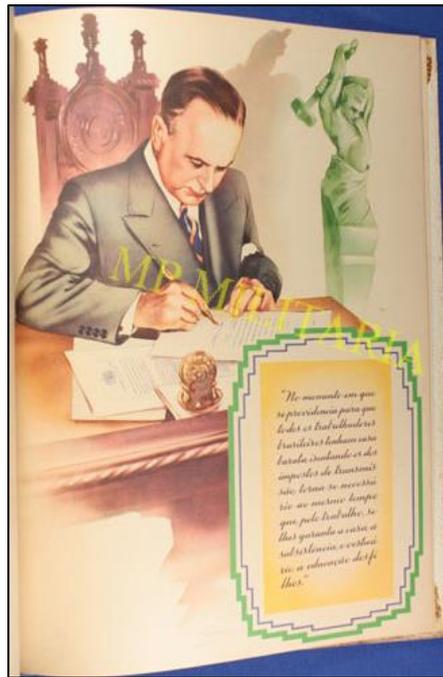
Peter Burke (2004, p. 233), sobre as imagens, declara que:

[...] os testemunhos sobre o passado oferecidos pelas imagens são de valor real, suplementando, bem como apoiando, as evidências dos documentos escritos. [...] as imagens têm algo a acrescentar. Elas oferecem acesso a aspectos do passado que outras fontes não alcançam.

A interpretação da História a partir das imagens é muito significativa. Em vista disso, passa-se a questionar as possíveis intenções de determinada imagem e identificar que nenhum documento é neutro. Em relação às propagandas, tem-se essa evidência ainda mais forte, já que a imagem é criada por um órgão específico para essa finalidade. Enfim, as imagens são ferramentas importantíssimas de pesquisa para o historiador.

A figura do presidente Vargas, na Imagem 9, apresenta ele sentado a uma mesa e assinando diversos documentos. À frente da imagem, apresenta-se o discurso o qual destaca o poder dele e de sua assinatura, com conteúdo que reforça a importância do trabalho e a preocupação com o povo brasileiro, para que tenha uma vida digna. A imagem, por meio da representação de seu olhar e postura, transmite confiança e serenidade ao povo.

Imagem 9 - Presidente Getúlio Vargas



Fonte: MP Militar. 2018. Disponível em:
<<http://www.mpmilitaria.com.br/produtos.asp?produto=4429>>.
Acesso em: 18 set. 2018.

Adriano Cecatto e Márcio Fernandes (2012) citam a relevância das imagens na pesquisa, a fim de ser possível refletir a respeito do que não está escrito, mas que pode ser visto por intermédio delas.

que o povo foi beneficiado e conquistou vários direitos, sendo chamado de “protetor dos trabalhadores”. No lado político, houve pontos negativos, como a supressão da democracia, a prisão sem motivos e a censura.

O governo nazista de Hitler desencadeou uma guerra mundial, deixando arrasados e pobres diversos países. Provocou melhorias na economia, todavia, à custa de muito sofrimento e morte de milhares de pessoas, sendo um dos mais terríveis capítulos da história da humanidade.

5 CONCLUSÃO

Neste trabalho, buscou-se analisar como se deu o processo de construção da imagem de Getúlio Vargas, no período do Estado Novo. Para isso, verificou-se que elementos foram utilizados para a construção de sua propaganda, e quais semelhanças e diferenças havia com o regime nazista e o seu ministério. Em razão disso, analisaram-se imagens de propagandas brasileiras e nazistas e, também, por meio da bibliografia, traçou-se comparativos entre os dois regimes (brasileiro e nazista) nesse período, a fim de tentar compreender o processo de construção da imagem desses dois líderes (Vargas e Hitler), além de os objetivos que a propaganda tinha em seus respectivos países. Isto posto, averiguou-se a importância dos meios de comunicação na propagação dos ideais e o fortalecimento da imagem de Vargas e Hitler, associados a características positivas que queriam passar ao povo.

Na Alemanha, Paul Joseph Goebbels, integrante do NSDAP desde 1924, foi o indivíduo que criou a imagem de Hitler como um ídolo e chefe indestrutível. Ele foi nomeado em 1928 como diretor de propaganda dentro do partido. Em 1933, com Hitler atuando como chanceler, tornou-se Ministro da Propaganda e da Informação Pública da Alemanha Nazista, cujo objetivo era difundir as posições ideológicas do partido nazista, a censura e, principalmente, a repressão aos judeus.

O Estado Novo foi o período que mais investiu na criação da imagem de Getúlio Vargas, que, com as ações do DIP comandadas por Lourival Fontes, foi imposta à sociedade, relacionada apenas a aspectos positivos e com liberdade para censurar e reprimir qualquer ato que fosse contrário ao regime estadonovista. Os aspectos positivos que o órgão pretendia criar, em torno do presidente e do regime, eram de um líder patriota, preocupado com o povo, principalmente com os mais humildes, crianças e jovens; um líder carismático, determinado e íntegro, que colocava o país em primeiro lugar.

Durante o governo dos dois presidentes, os meios de comunicação serviram como auxílio para propagar e criar uma imagem positiva de seus líderes e governo, sendo utilizadas imagens, escritos, discursos e a onipresença. Desse modo, por meio deste estudo, foi possível perceber diversas semelhanças entre os governos de Vargas e Hitler, como a centralização do poder, a busca por uma identidade nacional e ações que pudessem fortalecer e preservar o nacionalismo – a Campanha da Queima de Livros pelo nazismo, e a queima das bandeiras regionais por Vargas.

Os países favoreceram-se por meio da crise de 1929, tendo suas ideias mais facilmente absorvidas pela população. A estrutura de seus órgãos de propaganda assemelham-se no que se refere à censura, organização de cerimônias e cultos oficiais, bem como o controle da imprensa nacional e estrangeira. Em comum, pode-se citar o uso da estratégia de *bode expiatório* para determinados grupos, em que esses passavam a ter a culpa de todos os males de seus países, a Alemanha com os judeus e o Brasil com os comunistas. Também, outro ponto em que se aproximam é sobre a organização de grupos de jovens, uma vez que o Brasil se baseava no grupo nazista, na questão da organização, base e regulamentação, assim como o uso desses jovens e crianças em propagandas, os quais apareciam ao lado dos líderes.

Como diferença, tem-se o modo de governo. Hitler tinha um governo totalitário e Vargas um governo autoritário. O nazismo planejava anular e oprimir a sociedade e, nesse caso, promoviam o partido único, o qual estava acima do povo e do próprio Estado. No Estado Novo, a sociedade não estava baseada em função de um partido, já que não existiam partidos políticos, a autoridade do regime e a sua ideologia encontravam-se e construíam-se, respectivamente, na imagem de Getúlio Vargas.

Getúlio Vargas e Adolf Hitler foram dois líderes polêmicos e de grande destaque na história. Pode-se afirmar que esses políticos usaram de vários métodos para se manterem no poder, sendo a propaganda uma das principais ferramentas, as quais, associadas ao discurso e à censura que praticavam seus órgãos de propaganda, proporcionaram-lhes sucesso na conquista de objetivos. Por intermédio desses órgãos, puderam criar a sua imagem de herói para o povo, sendo visto como preocupado com a população, carismático e com capacidades que qualquer outro não teria.

Levando-se em consideração os aspectos apresentados, pode-se concluir que a propaganda, tanto na Alemanha quanto no Brasil, desempenhou papel primordial durante todo o período aqui analisado. Foi possível, a partir dela, influenciar pensamentos, difundir ideais, tocar no imaginário da população e criar em torno do país uma visão de que o regime vigente e seu líder eram o que o povo necessitava e poderia ter de melhor, já que nenhuma informação ou ação contrária podia ocorrer.

Percebe-se, em relação aos comparativos, que Vargas se espelhou em diversos momentos na propaganda nazista para a construção de sua imagem e, também, no que diz respeito a ações durante seu regime. As várias e consideráveis semelhanças de Vargas com o regime nazista não devem servir de “rótulo” para julgá-

lo como do bem ou do mal, e sim para refletir-se a contradição que existe nesse caso. Vargas baseava seu regime na Alemanha nazista, mas, aqui, no país, combatia-o. Enfim, Getúlio Vargas tem sua imagem fortemente relacionada aos benefícios que trouxe ao povo, por isso, a ditadura e repressão vividas naquele período são pouco lembradas. Certamente, a propaganda foi o recurso consolidante da imagem de Vargas que a maioria tem até hoje: como o bom e o melhor presidente que o Brasil já teve.

A propaganda sempre teve uma função essencial na evolução dos meios de comunicação e sua influência, por meio da televisão, rádio, jornais, revistas e sites, é um fator significativo para analisar e refletir o momento atual do Brasil. Nesse sentido, vale pensar até onde vai essa influência e qual o poder que exerce sobre a população. Atualmente, além dos meios de comunicação citados, tem-se as redes sociais, que, por intermédio delas, as informações circulam numa velocidade cada vez maior e, como nos outros meios, não há um controle se o que está sendo divulgado é verdadeiro ou não.

O povo brasileiro está vivendo uma fase instável e turbulenta. O que mais se tem falado nos últimos anos é sobre a crise, o desemprego, o problema da vinda de imigrantes, saúde, educação e segurança. Enfim, em todos os setores, o povo está insatisfeito e não tem suporte do governo vigente. Durante a campanha eleitoral deste ano, no Brasil, os candidatos transmitiram uma determinada imagem ao povo; neste momento, a inovação foram as redes sociais.

A propaganda política, como se viu no decorrer do trabalho, foi de extrema importância na ascensão de Vargas e Hitler, e no presente não é diferente. A cada eleição, as ferramentas atualizam-se e aperfeiçoam-se, com o objetivo de obter a atenção do povo. Muitas vezes, utilizam esses meios de forma agressiva ao adversário e pretendem mostrar determinado candidato como o melhor, trabalhando para que ele seja bem aceito pelos eleitores. O que se deve tomar cuidado é com a busca de um “herói” representando a única solução, para salvar o país de todos os males e problemas existentes, além de apontar determinados grupos como os indesejáveis. Nesse sentido, a partir da História, é possível observar que as mídias e propagandas controlam os resultados, por isso, é importante refletir sobre os acontecimentos, com o intuito de não permitir que as mesmas desagradáveis consequências ocorram novamente.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Carlos Versiani dos. Um novo olhar sobre o DIP: Uma revolução na arte da propaganda e do marketing cultural. *In: MOURA, Cláudia Peixoto; MACHADO, Maria Berenice da Costa (Orgs.). Memórias da comunicação: práticas persuasivas e institucionais.* Porto Alegre: Edipucrs, 2012. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/UM%20NOVO%20OLHAR%20SOBRE%20O%20DIP.pdf>>. Acesso em: 27 fev.2018.

ARAÚJO, Andre. *Há 78 anos, Getúlio implantava o Estavo Novo, por André Araújo.* 2015. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/ha-78-anos-getulio-implantava-o-estado-novo-por-andre-araujo>>. Acesso em: 18 set. 2018.

ARAÚJO, Rejane. *Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).* Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/departamento-de-imprensa-e-propaganda-dip>>. Acesso em: 24 set. 2018.

ARAÚJO, Denise de Souza. SILVA, Robson Bastos da. O discurso ideológico do nazismo: a contribuição dos meios de comunicação para a ascensão de Adolf Hitler. *In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais eletrônicos.* Brasília: Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1622-1.pdf>> Acesso em: 11 nov. 2018.

BARROSO, Alfredo. *Getúlio Vargas para Crianças.* Rio de Janeiro: GR. Consorc. Suplem. Nacionais LTD, 1942. Disponível em: <<https://www.traca.com.br/livro/58177/#>>. Acesso em: 18 set. 2018.

BARTOLETTI, Susan Campbell. *A juventude hitlerista: a história dos meninos e meninas nazistas e a dos que resistiram.* Tradução de Beatriz Horta. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006. Disponível em: <<http://www.edufrn.ufrn.br/bitstream/123456789/706/1/A%20PESTE%20MARRON.%20Juventude%20hitlerista.%20BARTOLETTI%20C%20Susan%20Campbell.%202006.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2018.

BOECKEL, Cristina. 2005. *História e Propaganda Política: A construção da imagem de Getúlio Vargas (1930-1945).* Monografia (Graduação em Comunicação Social) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://pantheon.ufrj.br/handle/11422/879>> Acesso em: 08 fev.2018.

BRASIL. Decreto-lei nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939. Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Rio de Janeiro, 29 dez. 1939, Seção 1, p, 29362. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

_____. Decreto-lei nº 2.072, de 8 de março de 1940. Dispõe sobre a obrigatoriedade da educação cívica, moral e física da infância e da juventude, fixa as suas bases, e para ministrá-la organiza uma instituição nacional denominada

Juventude Brasileira. *Diário Oficial da União*: Rio de Janeiro, 11 mar. 1940, Seção 1, p. 4239. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2072-8-marco-1940-412103-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

BURKE, Peter. *Testemunha ocular: o uso de imagens como evidência histórica*. Tradução Vera Maria Xavier dos Santos. Bauru, SP: EDUSC, 2004. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/376288422/Peter-Burke-Testemunha-ocular-Historia-e-Imagem-OCR-pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

CECATTO, Adriano. FERNANDES, Márcio Régis. História e imagem: linguagem e cultura visual. In: VI Simpósio nacional de História Cultural - Escritas da História: Ver - Sentir - Narrar, 2012, Teresina-PI. *Anais do VI Simpósio Nacional de História Cultural- Escritas da História: Ver, Sentir, Narrar.*, 2012. v. 1. Disponível em: <<http://gthistoriacultural.com.br/VIsimposio/anais/Adriano%20Cecatto%20&%20Marcio%20Regis%20Fernandes.pdf>> Acesso em: 11 nov. 2018.

CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2008. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/388158/mod_resource/content/1/Texto%2014%20-%20O%20que%20%C3%A9%20ideologia%20-%20M.%20Chau%C3%AD.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2018.

DIEHL, Paula. *Propaganda e persuasão na Alemanha nazista*. São Paulo: ANNABLUME, 1996.

DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política*. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/proppol.pdf>> Acesso em: 07 abr. 2018.

FGV - Fundação Getúlio Vargas. *Diretrizes do Estado Novo (1937 - 1945) Organização Nacional da Juventude*. Disponível em: <<https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/PoliticaAdministracao/OrganizacaoNacionalJuventude>> Acesso em: 10 set. 2018

GARCIA, Nelson Jahr. *Estado Novo, ideologia e propaganda política*. 1999. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/estadonovo.pdf>>. Acesso em: 09 jul.2018.

GRAFF, Mateus. *7 Coisas que as 'Crianças de Hitler' aprendiam*. 2017. Disponível em: <<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/7-coisas-que-as-criancas-de-hitler-aprendiam/>>. Acesso em: 15 out. 2018.

GOMES, Angela de Castro. As marcas do período. In: GOMES, Ângela de Castro (coord.). *Olhando para dentro 1930-1964*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2013.

HITLER, Adolf. *Minha luta*. Tradução de Klaus von Puchen. São Paulo: Centauro, 2016.

JARDIM, Trajano Silva. BRANDÃO, Iolanda Bezerra dos Santos. Breve histórico da Imprensa no Brasil: Desde a colonização é tutelada e dependente do Estado.

Hegemonia, *Revista Eletrônica de Relações Internacionais do Centro Universitário Unieuro*, Brasília, n. 14, 2014, pp. 131-171. Disponível em: <[http://www.unieuro.edu.br/sitenovo/revistas/downloads/hegemonia14/lolanda%20Brandão%20e%20Trajano%20Jardim%20\(6\).pdf](http://www.unieuro.edu.br/sitenovo/revistas/downloads/hegemonia14/lolanda%20Brandão%20e%20Trajano%20Jardim%20(6).pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2018.

LESSA, Fábio Lins. *O filme “O julgamento de Nuremberg”: aula de história, direito e filosofia para a humanidade refletir*. 2014. Disponível em: <<https://culturaeviajem.wordpress.com/2014/04/02/o-filme-o-julgamento-de-nuremberg-aula-de-historia-direito-e-filosofia-para-a-humanidade-refletir/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

LESSER, Jeffrey. *A invenção da brasilidade: identidade nacional, etnicidade e políticas de imigração*. Tradução Patrícia de Queiroz Carvalho Zimbres. 1. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

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

MARTINS, Ana Luiza. LUCA, Tania Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2011.

MATOZO, Horácio Cezar Figueiredo; ZULATO, Murilo Sanchez. Alemanha Nazista: ascensão e queda de Hitler. *In: EPCC - Encontro Internacional de Produção Científica Unicesumar*, 2015, MARINGÁ. *Anais eletrônico do IX EPCC*, 2015. Disponível em: <http://www.cesumar.br/prppge/pesquisa/epcc2015/anais/Horacio_Cezar_Figueiredo_Matozo.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018

MAUAD, Ana Maria; LOPES, Marcos Felipe de Brum. Imagem, História e Ciência. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi: Ciências Humanas*, Belém, v. 9, n. 2, p. 283-286, maio/ago. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/bgoeldi/v9n2/a02v9n2.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

MOLINA, Ana Heloísa. Fenômeno Getúlio Vargas: Estado, discursos e propagandas. *História & Ensino*, Londrina, v. 03, não paginado, 1997. Disponível em: <www.uel.br/revistas/uel/index.php/histensino/article/download/12697/11058> Acesso em: 27 set. 2018.

MONTEIRO, Milene Pereira. 2017. *Das Telas Para a História: Leni Riefensthal e o Cinema Alemão no Período Entre Guerras*. Monografia (Licenciatura em História) - FACCAT, Faculdades Integradas de Taquara. Taquara, 2017.

MORENO, Jean Carlos. Revisitando o conceito de identidade nacional. *In: RODRIGUES, CC.; LUCA, TR.; GUIMARÃES, V. (Orgs.). Identidades brasileiras: composições e recomposições* (online). São Paulo: Editora UNESP. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 7-29. (Desafios Contemporâneos collection). Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/h5jt2/pdf/rodrigues-9788579835155-03.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. Disponível em:

<<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxm bGFtYXJpb25hcnF1aXZvc3xneDo3ZGUxZDViNGYwN2U5ZmE0>>. Acesso em: 7 nov. 2018.

MP Militar. 2018. Disponível em:

<<http://www.mpmilitaria.com.br/produtos.asp?produto=4429>>. Acesso em: 18 set. 2018.

NETO, Lira. *Getúlio: Do Governo Provisório à ditadura do Estado Novo (1930-1945)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

NUNES, José Luiz Martins. *Juventude Brasileira: O Lado Fascista do Estado Novo*. Caxias do Sul: Maneco Livraria e Editora, 2004.

O ESTADO NOVO e a Constituição de 1937. Disponível em:

<<http://paleonerd.com.br/2015/07/10/o-estado-novo-e-a-constituicao-de-1937/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

PAIS, Sandra Simões. *Propaganda - da teoria à prática: uma análise da propaganda nazi*. 2012. 100 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Departamento de Ciências Sociais Humanas, Universidade da Beira Interior, Covilhã/Portugal, 2012.

Disponível em:

<<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/2796/1/Dissertação%20de%20Mestrado%20-%20Sandra%20Pais.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2018.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. *O império das imagens de Hitler: o projeto de expansão internacional do modelo de cinema nazi-fascista na Europa e na América Latina (1933-1955)*. 2008. 439 f. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. USP SP. 2008.

Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-29092008-172531/fr.php>>. Acesso em: 09 nov. 2018.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo. Marketing Político na Era Vargas: perfil e estratégias de Lourival Fontes, o Goebbels brasileiro. In: QUEIROZ, Adolpho Carlos Francoso; MACEDO, Roberto Gondo (Orgs.). *A propaganda política no Brasil Contemporâneo*, [s.l]: [s/n], 2008, p. 79 – 84. Disponível em

<https://issuu.com/lupanke/docs/a_propaganda_politica_no_brasil_contemporaneo> Acesso em: 09 jul. 2018.

PROPAGANDA do Estado Novo de 1940. Disponível em:

<https://www.reddit.com/r/brasil/comments/7sodj2/propaganda_do_estado_novo_de_1940/>. Acesso em: 18 set. 2018.

RAHMEIER, Andrea Helena Petry. *Relações diplomáticas e militares entre a Alemanha e o Brasil: da proximidade ao rompimento (1937-1942)*. 2009. 309 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. PUC RS. 2009. Disponível em: <http://primo-pmtna01.hosted.exlibrisgroup.com/primo_library/libweb/action/dlDisplay.do?vid=PUC01&search_scope=PUC01&docId=puc01000411628&fn=permalink>

Acesso em: 9

abr. 2018.

R. Abigail. *Estereótipos*. 2015. Disponível em: <<http://history-true.blogspot.com/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

RAMOS, Luciano Braga. *Regionalismo e nacionalismo no primeiro período do governo Vargas 1930-1945*. 2011. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/regionalismo-e-nacionalismo-no-primeiro-periodo-do-governo-vargas-1930-1945/81663/>>. Acesso em: 7 nov. 2018.

RÉMOND, René. Do Político. In: Rémond, René (org.). *Por uma história política*. Trad. Dora Rocha. 2. ed. Rio de Janeiro: Editoria FGC, 2003, p. 441-454.

REUTER, Luana Cristina. 2017. *Getúlio Vargas: “Saio da vida para entrar na História*. Monografia (Licenciatura em História) - FACCAT, Faculdades Integradas de Taquara. Taquara, 2017.

RIBEIRO, Luciano. *10 peças perturbadoras de propaganda nazista para jovens*. 2013. Disponível em: <<https://papodehomem.com.br/10-pecas-perturbadoras-de-propaganda-nazista-para-jovens/>>. Acesso em: 18 set. 2018.

ROSANVALLON, Pierre. *Por uma história do político*. São Paulo: Alameda, 2010.

SANTOS, Aldenise Cordeiro; SANTANA, Anthony Fábio Torres. A alquimia do poder: Lourival Fontes e suas configurações políticas. In: VI Simpósio Nacional Estado e Poder: Cultura, 2010, São Cristóvão. *Anais eletrônicos VI Simpósio Nacional Estado e Poder: Cultura*. São Cristóvão: Universidade Federal Fluminense, 2010. Disponível em: <<http://www.historia.uff.br/estadoepoder/6snepc/GT12/GT12-ALDENISE.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2018.

SCHILLING, Voltaire. *O nazismo: breve história ilustrada*. Porto Alegre: UFRGS, 1995.

SCHMITZ, Zenaide Inês, COSTA, Miguel Ângelo Silva da. Ensino Primário Getulista: Cartilhas Escolares como instrumento de doutrinação infantil. In: IV Congresso Internacional de História Cultura Sociedade e Poder, 2014, Jataí. *Anais eletrônicos do IV Congresso de História da UFG*, Jataí: Universidade Federal de Goiás, 2014. Disponível em: <[http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20\(280\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20(280).pdf)>. Acesso em: 5 set. 2018.

_____. Educação, Infância e Nacionalismo: uma abordagem a partir das cartilhas escolares: Getúlio Vargas para crianças e Getúlio Vargas: o amigo das crianças. In: Educere, 2015, Curitiba. *Anais eletrônicos do XII Congresso Nacional de Educação EDUCERE*, Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2015. Disponível em: <http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2015/17276_8190.pdf>. Acesso em: 5 set. 2018.

STACKELBERG, Roderick. *A Alemanha de Hitler: origens, interpretações, legados*. Rio de Janeiro: Imago, 2002.

TORRES, Andréa Sanhudo. *Imprensa: política e cidadania*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1987. Disponível em <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/6604/803.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2018.

VIEIRA, Ana Paula Leite. *A política editorial do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)*. In: XXIX Simpósio Nacional de História - contra os preconceitos: história e democracia, 2017, Brasília. *Anais do XXIX Simpósio Nacional de História - contra os preconceitos: história e democracia*. Brasília: Universidade de Brasília, 2017. Disponível em: <[https://www.snh2017.anpuh.org/resources/anais/54/1502802863_ARQUIVO_ApoliticaeditorialdoDepartamentodeImprensaePropaganda\(artigoCompleto\).pdf](https://www.snh2017.anpuh.org/resources/anais/54/1502802863_ARQUIVO_ApoliticaeditorialdoDepartamentodeImprensaePropaganda(artigoCompleto).pdf)> Acesso em: 28 jun. 2018.