

## **PROPAGANDA NA GUERRA: A MANIPULAÇÃO DAS OPINIÕES NA II GUERRA MUNDIAL<sup>1</sup>**

### *THE MANIPULATION OF OPINIONS IN WORLD WAR II*

**Tássia B. Moro<sup>2</sup>, Maiquel Rosauro<sup>3</sup>, Fernanda Marin<sup>3</sup> e Laíse Loy<sup>4</sup>**

#### **RESUMO**

Neste trabalho analisam-se as técnicas de propagação nazista, por meio dos comícios, do rádio, do cinema e a recepção pelo público. A pesquisa foi bibliográfico-exploratória entre obras que interpretam a eficácia dessa propaganda, objetivando informações sobre os seus métodos persuasivos. Realizaram-se entrevistas informais com alemães que presenciaram o regime e hoje vivem no Brasil, a fim de confrontar os estudos obtidos com a pesquisa bibliográfica. A propaganda, dentro desses meios, regados pela teatralização e técnicas, virou um espetáculo de massa. Assim, Hitler impôs o seu regime e a sensação de esperança que o povo precisava para se reerguer do estado deplorável do pós - I Guerra. Conclui-se que esta situação deixou a nação à mercê do ditador, que se aproveitou desses artefatos para levá-los a uma Guerra em benefício próprio.

**Palavras-chave:** manipulação, massa (população), persuasão, guerra, pobreza.

#### **ABSTRACT**

In this paper it was analyzed the Nazi propagation techniques, by means of speeches, radio and cinema, and the reception by the public. The research took place from an exploratory bibliographical research among works that interpret the efficiency of its propaganda, focusing on information on its persuasive methods. Some informal interviews were made, with Germans who witnessed the regime and today live in Brazil, in order to confront with the studies obtained from the bibliographic research.

---

1 Trabalho de Iniciação Científica - PIBIC/UNIFRA.

2 Acadêmica do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIFRA.

3 Acadêmicos dos cursos de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda e Jornalismo - UNIFRA.

4 Orientadora - UNIFRA.

The propaganda, within these means, permeated by theatricalization and techniques, became a mass spectacle. Thus, Hitler imposed his regime and the feeling of hope the people needed rise from the deplorable state of the post World War I. It is concluded that this situation let the nation vulnerable to the dictator, who took the advantage of these artifacts to take the people to a war in his own benefit.

**Keywords:** manipulation, mass (population), persuasion, war, poverty.

## INTRODUÇÃO

O objetivo, neste trabalho, é verificar os meios de comunicação mais utilizados durante a II Guerra Mundial, as técnicas empregadas para a propagação das mensagens propagandísticas e as maneiras como essas chegavam ao público, influenciando as massas. Conforme Lenharo (1994, p.38-39), o conceito de massa é entendido como a população pobre de linhagem puramente alemã. Para viabilização deste estudo, a pesquisa se restringiu aos meios rádio, cinema e comícios.

O estudo da manipulação das opiniões, analisado por meio da propaganda nazista, traz a oportunidade de investigar uma das raízes dessa poderosa ferramenta que é a persuasão, contribuindo para a melhor compreensão do poder manipulador da propaganda.

## METODOLOGIA

O trabalho teve início com uma pesquisa exploratória e bibliográfica para o levantamento de informações de modo a caracterizar, confrontar e responder às idéias e aos argumentos obtidos. Estudou-se a hipótese de que a população, influenciada pelo pós-I Guerra Mundial e pelas crises econômicas, ficou vulnerável à propaganda nazista.

Para provar a hipótese, foi utilizada, como técnica de coleta de dados, a entrevista informal com dois alemães que viveram sob o regime nazista e hoje moram no Brasil. Conforme a apuração, Adolf Hitler prometera reerguer a Alemanha e dar-lhe alento; pondo a culpa da decadência estatal em judeus, deficientes, doentes, homossexuais e nos de raças não-puras. Aproveitando-se disso, Hitler se colocou como um salvador da fé ariana, cujas ações seriam inquestionáveis, inclusive na sua propaganda. “O essencial dessa propaganda era atingir os corações dos germânicos, que compunham a grande massa, de forma a compreender o seu mundo maniqueísta e representar os seus sentimentos”, afirma Lenharo (1994, p.48).

A propaganda é responsável por mudar idéias, impor doutrinas, transformar o pensamento e atitude de um povo ou nação. Esse fator era importante para convencer os alemães a aderirem ao partido e aos ideais que lhes eram impostos. A propaganda era produzida de forma a não deixar alternativa de expressão contrária a ela. O envolvimento deveria ser completamente emocional. Segundo Hitler (1934, p.486): “a propaganda trata de impor uma doutrina a todo o povo (...) a propaganda estimula a coletividade no sentido de uma idéia, preparando-a para a vitória da mesma”.

A propaganda molda-se aos níveis de interpretação de um certo povo ou região, então, com a pobreza dos alemães, abria-se espaço para peças que atingiam a baixa compreensão do povo. Não haveria nazismo se suas idéias, menções, atitudes, desejos e ambições não fossem muito bem difundidas.

As reações históricas, no contexto pós I Guerra Mundial, influenciaram e alteraram os ânimos, o que permitiu a entrada do líder messiânico no palco da política. Isso permitiu a Hitler uma entrada triunfal no governo germânico.

## **REVISÃO DE LITERATURA**

### **PROPAGANDA**

A propaganda é responsável por mudar idéias, impor doutrinas, transformar o pensamento e atitude de um povo ou nação. Esse fator era importante para convencer os alemães a aderirem ao partido e aos ideais que lhes eram impostos. A propaganda era produzida, de forma a não deixar alternativa de expressão contrária a ela. O envolvimento deveria ser completamente emocional. Conforme se sugere:

Propaganda política é um esforço de comunicação persuasiva, que visa conquistar militantes, simpatizantes ou adeptos a um determinado partido político [...] e, para isso, utiliza técnicas e espaços que são de outros formatos da informação e da persuasão, tais como reportagens, entrevistas, documentários, editoriais, etc. (DEMARTINI, 2004, p.54).

A propaganda molda-se aos níveis de interpretação de um certo povo ou região, então, com a pobreza dos alemães, formava-se uma lacuna que, permitia a utilização de peças que atingiam a baixa compreensão do povo, ou seja, não era necessário o pensar em cima daquilo que era transmitido. As mensagens

tinham caráter sentimental, emocional, chegando ao ápice da repetição, idolatria, aos exageros da mentira para convencer. Não haveria nazismo se suas idéias, menções, atitudes, desejos e ambições não fossem muito bem difundidas.

As reações históricas, no contexto pós I Guerra Mundial, influenciaram e alteraram os ânimos, o que permitiu a abertura das cortinas do palco político para um novo líder messiânico. E acolheram Hitler com a sua entrada triunfal no governo germânico.

### **Histórico**

Com o fim da I Guerra, a Alemanha sofre os impactos do pós-guerra, o que causa uma ruptura governamental, levando os partidos a lutarem entre si pelo poder: os spartakistas (esquerda) x socialdemocratas (direita).

Em 1919, os socialdemocratas tomam as rédeas do governo e montam a Coalizão Weimar, conhecida como Republica de Weimar, que durou de 1919-33. No primeiro ano, os alemães recebem as condições do Tratado de Versalhes, por meio do qual, perdem territórios para França, Polônia, Dinamarca e Bélgica e são obrigados a pagar pesadas indenizações a esses países.

Os reflexos de uma Guerra, revoltas, desemprego e a falta de oportunidades são visíveis e preocupantes entre o povo, que está abandonado pelo governo. Esse está desestruturado e ainda é obrigado a seguir as imposições do Tratado de Versalhes.

Hitler finalmente aparece, como líder partidário do Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP), em 9 de novembro de 1923, no chamado Putsch<sup>5</sup> de Munique. Lançou então a sua imagem e consolidou-se na política, como na afirmação de Diehl (1996, p.32): “O golpe funciona como um *spot* para Hitler”. O Putsch de Munique não teve êxito e Hitler é preso e acusado de alta traição. Foi condenado, cumprindo apenas oito meses de uma detenção de cinco anos, o que foi suficiente para escrever o seu livro *Mein Kampf* (A Minha Luta).

No ano de 1929, estoura a crise da Bolsa de Nova Iorque, que desestrutura mais a economia e o mercado, fazendo aumentar juros e a retenção de moeda. O cenário apresentava um povo mais pobre e humilhado, o que gerou conflitos e abriu espaço para a manipulação das

<sup>5</sup> Tentativa de tomada do poder, para derrubar o atual Chanceler do governo e, a partir daí, começar a comandar o País.

mentes pela propaganda.

Hitler deu um salto em sua carreira política e, dez anos depois do golpe de Munique, chega ao poder, exatamente em 29 de janeiro de 1933, sendo nomeado Chanceler – chefe do governo. Estava formado o III Reich, com suas bases totalitárias e autoritárias.

Já no governo, sofre com o incêndio do Parlamento Alemão em meados 1933, embora causado por participantes do NSDAP, o episódio é atribuído aos comunistas e aos socialdemocratas que, conforme o governo, estariam influenciados pelos meios de comunicação a ir contra o Nazismo. Em represália, os meios de comunicação são confiscados, a censura é colocada em prática e os partidos de esquerda são postos na ilegalidade. Com isso, é instituído o Ministério de Conscientização Pública e da Propaganda que, como primeiro ato, obriga a “queima de livros”, em que jovens são manipulados a fazer uma limpeza contra os livros considerados subversivos.

Em 1934, Hitler recebe o título de Chefe do Estado Alemão, momento em que toma conta das funções de Chanceler e de Presidente. No ano de 1935, novas leis de proteção ao sangue alemão e dos casamentos foram instituídas, impedindo a união entre as pessoas das chamadas raças inferiores com os alemães. Começam as primeiras restrições aos judeus e outras raças.

Em 1936, iniciam-se os jogos olímpicos. Seria um verdadeiro núcleo de distração e de comprovação da afirmação que a raça ariana era superior, uma forma de demonstrar aos germânicos e aos demais povos que o nazismo realmente era o que afirmava ser. Para isso, são lançados os principais filmes propagandísticos de Leni Riefenstahl, *O Triunfo de Vontade* e *Olympia*; um traz Hitler como o messias que salvaria a Alemanha do mal. O outro mostra a força, pureza e superioridade do povo alemão.

A II Guerra Mundial começa com seus primeiros ataques, punições e caçadas aos judeus - a chamada solução final<sup>6</sup> - os campos de concentração foram instituídos. Enfim, a “purificação da raça” e o “domínio do mundo” começam a ser postos em prática.

Para transformar isso em realidade, Hitler não trabalhou sozinho, foi auxiliado pelo seu braço direito, Goebbels. Essas duas figuras, munidas do arsenal propagandístico, recorreram ao povo para semear o ideal nazista.

---

<sup>6</sup> Estratégia final para o extermínio de Judeus. Nesse instante aumenta a caçada por homens, mulheres e crianças que são levados aos campos de concentração para serem usados como cobaias científicas, trabalhos forçados e, por fim são mortos nas câmaras de gás e depois incinerados.

## FIGURAS: HITLER E GOEBBELS

Hitler e Goebbels foram as principais figuras do nazismo que instituíram o III Reich. O seu objetivo era conquistar, manipular, usar as pessoas para readquirir as terras perdidas na Primeira Guerra, estabelecer um padrão de raça pura e mostrar a superioridade dos alemães. Na verdade, Hitler e Goebbels cultivaram a arte conceituar e divulgar as idéias entre a massa.

Dr. Paul Joseph Goebbels nasceu em 29 de outubro de 1897, na região de Rheydt. Em 1928, tomou a responsabilidade da propaganda. Com a chegada de Hitler ao poder em 1933, ele assume o Ministério de Conscientização Pública e da Propaganda.

Foi Goebbels que introduziu o “*Heil Hitler*”<sup>7</sup>, organizou os autos-de-fé, a retaliação da Noite de Cristal (noite onde foram destruídas todos os vidros de casas, lojas e templos religiosos pertencentes a judeus), além de muitas outras intervenções. Centralizou as áreas e utilizou-se de recursos da imprensa, do rádio e do cinema. De 1943 a 1944, assumiu também o Palácio dos Esportes e o Controle Militar de Berlim. Em 1945, vendo-se coagido no Bunker<sup>8</sup> de Hitler, envenenou-se com a esposa e seus filhos em 1º de maio, com a ajuda dos guarda-costas da SS (tropas de proteção do Führer, responsáveis também, pela espionagem) .

Adolf Hitler era austríaco, nasceu em 20 de abril de 1889, em Braunau. Em 1922, ficou um mês preso por atacar uma reunião de políticos rivais. Foi preso novamente em 24, pelo Putsch de Munique, acusado de traição, quando escreveu o célebre *Minha Luta*, expondo as premissas e doutrinas do Nazismo.

Em 1924, alistou-se no exército alemão, no regime de Baviera. Ganhou condecorações, o que lhe garantiu a cidadania alemã. Ao final da I Guerra, Hitler instala-se em Munique e na política.

Já na liderança NSDAP, começa a formular e expor as crenças nazistas. Utilizava-se de um carisma que sedava quem o ouvia. Em seus momentos de orador nas cervejarias onde falava sobre seus ideais nazistas, exercia sobre os ouvintes um fascínio que os convencia.

Na segunda tentativa, Hitler assume o poder no ano de 1933, tornando-se Führer. Em 1935, instaura-se a II Guerra. Por gratidão, casa-se com Eva Braum no dia 25 de abril, um dia depois se suicida com um tiro na cabeça e Eva envenena-se ao seu lado. Em seu testamento, deixa seu fiel Ministro como Führer.

Hitler e Goebbels garantiram seu falso triunfo baseados nas

7 “Salve Hitler - uma menção que lembra o Ave César, saudação feita ao grande conquistador territorial romano.

8 Esconderijo e Quartel General.

propagandas de rádio, comícios inflamados e no cinema. A cativação do povo era essencial para manter Hitler no comando e por isso, usaram essas ferramentas para impulsionar e manter o seu governo.

## MEIOS: RÁDIO, CINEMA E COMÍCIOS

Despertar emoções era a prioridade de Goebbels, pois era muito mais fácil absorver uma mensagem, quando esta não passa pelo crivo da razão. O domínio político foi baseado na pasteurização ideológica, expurgando tudo aquilo que fosse contrário aos interesses do governo.

O rádio transformou-se na voz que chega quando o pensamento procura respostas para o que aconteceu e acontece. Foi uma de suas principais funções. Os comícios eram momentos de encontro, o devido local e ação que une o povo que busca uma ajuda, um guia, uma solução. Esses foram utilizados como levante de incitação, quando o cara-a-cara permite uma linguagem além das palavras, que tem nas reações e nos olhares a resposta para o desafio e para a solução. O cinema serviu para mostrar a bela obra nazista, figurando-se como a vitrina dos atos e deveres a serem repetidos, executados e seguidos pela população. Era o simulador do que os líderes desejavam.

Assim o fizeram, trazendo ao rádio, ao cinema e aos comícios formas de como expor, emotivamente, sua doutrina e impô-la, mesmo que subconscientemente, nos ideais de cada pessoa da nação que estavam a governar.

### **Rádio**

O rádio foi instituído como meio de controle. Todos os locais públicos deveriam ter um aparelho sempre ligado. Logicamente, os rádios apenas sintonizavam emissoras locais. Esse meio foi utilizado por ser simples e flexível e, em geral, funcionava melhor em uma situação imediata e trabalhava de forma a gerar retornos rápidos, sendo isso, o que o Nacional Socialismo precisava para se consolidar e doutrinar rapidamente o povo.

Para tanto, os jornalistas e radialistas precisavam pedir autorização para divulgar as suas matérias, embora fossem registrados no ministério. As matérias passavam por uma aprovação prévia do governo, para só então serem veiculadas.

No rádio, como afirma McLeish (2001, p.15-16), “quem produz os textos e comentários escolhe as palavras de modo a criar as devidas imagens na mente do ouvinte e, assim fazendo, torna o assunto inteligível e a ocasião memorável”. Foi assim que Goebbels criou os seus textos e

propagandas, voltadas para o imaginário, para o ponto fraco, para o que faltava na vida do ouvinte, levando-o a crer e a se sentir completo com as proposições e atitudes de seu líder, o governante era o espelho e fonte de pureza, a superioridade e a vitória.

Foram utilizados recursos como fazer com que os temas estivessem de acordo com as expectativas da população, adequados ao momento histórico e ao inconsciente para que o enfoque dos dados nas notícias fosse positivo; teriam que cultuar a figura do líder; mostrar acusações repetidas e sem fundamentos aos comunistas e repetições de determinados estereótipos. Tudo visando à fixação dos temas principais, além de o governo poder articular as informações da maneira que lhe interessasse mais.

Eram também usados estratégias como simplificação de informações; ampliação e desfiguração no tratamento das informações; a repetição dos temas fundamentais e o silêncio quando havia erros por parte da comunicação estatal. Essas técnicas foram muito utilizadas para tornar reais as afirmações e credos que o governo queria impor aos germânicos.

As relações que complementaram os meios foram fundamentais, como usar o rádio (imediatismo) que passava credibilidade e esta somada ao cinema (forma de comprovação), que traduzia a veracidade dos bons atos produzidos pelos nazistas.

## **Cinema**

Desde 1933, a indústria cinematográfica passou a estar inteiramente subordinada aos interesses do Estado, mas, em 1934, a nova legislação banuiu, proibiu e confiscou tudo o que era avesso ao nazismo. No entanto, somente em 1938, estabeleceu-se o controle oficial do meio, tornando-o mais utilizado na manipulação popular e, completamente integrado ao aparelho de propaganda do III Reich.

A Alemanha nazista criou um sistema de controle total em nível de temas, roteiros, filmagens, filme pronto, entre outros. A produção, diretamente Estatal, limitou-se a filmes que divulgavam a ideologia oficial e concentrou-se no documentário e no cine-jornal que apresentava com exclusividade a versão oficial da atualidade sociopolítica. “Durante a II Grande Guerra Mundial, a Alemanha Nazista fechou-se ao cinema internacional [...] tentaram impedir a invasão cinematográfica através da nacionalização da produção, distribuição e exibição”, segundo Bernardet (1980, p.26).

Os cineastas, com isso, tiveram que se enquadrar na propaganda



oficial e fazer de seus filmes obras que condissessem com os ideais doutrinários nazistas, para não sofrerem censuras e até mesmo punições severas por querer expor a impureza de idéias liberais, ou antidoutrinárias. O cinema foi utilizado como veículo de propaganda tanto para exaltar a Pátria, quanto demonstrar as atrocidades dos inimigos e as condições de sobrevivência da população. A causada pelo cinema visava à aceitação por parte do povo das informações como verdades absolutas, porque, ter visto na tela tornou-se para a população uma prova da verdade.

O ponto mais interessante desses filmes superdoutrinários reside no fato de o projetarem, sobre os inimigos externos, práticas obscuras que estavam sendo alimentadas pela própria Alemanha. Campos de concentração, perseguições, torturas, genocídios civis (LENHARO, 1994, p.56).

O impacto do cinema não é racional, segundo Bernardet (1980, p.27), “ele seduz as pessoas, sendo completamente emocional”. Nos filmes, é mostrada a unidade, a superioridade e o carisma do seu líder. Os símbolos do nazismo, misturados a sons e luzes, que formam uma aura mística ao redor do Nacional Socialismo, interagem como público, levando-o a tomar como verdades o que lhes é mostrado. O culto à virilidade, à saúde e à pureza, ao corpo humano e à arquitetura nazista criavam um sentimento nacionalista eufórico.

Goebbels entendia que, pela imagem, podiam-se mobilizar multidões, sendo essa uma engrenagem da sensibilidade que faz com que o povo se movimente emotivamente a seu favor, tornando mais fácil guiar e potencializar a multidão a acreditar e a aceitar o Nazismo como obra divina e salvadora.

Na construção da imagem, tanto nos cinemas como nos comícios, eram trabalhadas a euforia e a crença do povo no que lhes era mostrado.

## **Comícios**

No governo da comunicação verbal, a oratória foi a grande arma para seu estabelecimento no poder. A palavra-chave era: diversão, usada no sentido de distrair as massas, ainda que para isso fosse preciso fazê-la chorar. Tudo isso para cercar o povo de propaganda e fazer das informações do oficiais as únicas disponíveis.

Para cativar as massas, o nacional-socialismo lançou mão de um conjunto simbólico composto de emblemas - águia, suástica, bandeiras, tochas, cores, sons e luzes – e cerimônias. Fortemente marcado por um

conteúdo místico, o imaginário nacional-socialista procura suscitar emoções intensas que prendiam os indivíduos à sociedade totalitária.

A teatralização agressiva dos grandes encontros apanhava Hitler como ponto central do cenário feito de luz, de multidão e de ordem. Cercado da maior solidão em meio à massa, a liturgia teatral realça sua condição de Führer, postos acima de todos, inatingível (LENHARO, 1994, p.46).

Mesmo com a difusão radiofônica dos comícios de Hitler, a sua presença física ainda continuava sendo fundamental, por isso, houve a necessidade, cada vez mais, de eventos em lugares diferentes e em menos espaço de tempo. Os comícios eram precedidos de campanhas propagandísticas pelo rádio, para convocar a população a participar do evento.

O Nazismo reúne e organiza seu público nos eventos e cerimônias, permitindo, desta forma, a presença física da população na cerimônia política. No entanto, essa presença é apenas decorativa. O que se forma no Nacional-socialismo é a ilusão de que a população faz parte da política. Porém a participação da massa só objetiva alimentar o imaginário Nacional-socialista onde ela se refugia e da qual acredita ser co-autora (DIEHL, 1996, p.116-117).

Na verdade, tudo não passava de uma cena operesca e teatral na qual o público também era ator. Tudo era preparado com o uso de luzes e a distribuição espacial dos participantes seguia uma estética arquitetônica. Hitler encenava para o povo que, a cada estímulo, respondia com gritos e gestos, compondo o imaginário proposto. Nos discursos, eram usadas palavras como: povo, esmagar, cruel, força, ódio, inimigos, pureza, camaradas e Alemanha.

A lúgubre e insana proposta de um líder-deus era aceita inconscientemente por meio de palavras e formações que ludibriavam o povo que estava indefeso e sem credo para lutar contra. Sua situação financeira e emocional do momento permitiu que o novo estado do social nacionalismo se instalasse em suas entranhas como a areia que toma conta do deserto.

Esses fatos foram extremamente fortes e aconteceram de forma exaurida, o que é confirmado com as entrevistas. Nos depoimentos de pessoas que vivenciaram aquela realidade, vê-se a forma como tudo foi estruturado.

## ENTREVISTAS

Depois de feito o estudo bibliográfico, foram realizadas duas entrevistas informais; nas quais as conversas foram gravadas, para não haver perdas de dados; com pessoas que presenciaram os fatos ocorridos desde a tomada do poder, em 1933, por Hitler, até o final da II Guerra. Essas entrevistas foram realizadas para se verificar, analisar e confrontar o que foi estudado na teoria.

Os entrevistados foram à senhora Irmã Jacoba Baum, 82 anos, que foi apresentada pela Irmã Aline, que é orientadora regional da Juventude Feminina de Schoenstatt. E o senhor Franz Xaver Brucker, 79 anos que foi indicado pelo Pe. Deonílson Nogueira que também pertence a Schoenstatt, e segundo este, o Senhor Franz prestou serviços de artesão para Igreja. Este era ex-combatente que esteve na batalha da Normandia – Dia D<sup>o</sup>. Essas entrevistas foram realizadas informalmente, buscando, assim, a diminuição da retenção de dados, pois este tema mexe com as lembranças que também são ruins pelo ofício da guerra.

A hipótese que norteou esta pesquisa foi que a propaganda nazista teve o acerto e a grandiosidade que alcançou pelo fato de que a condição socioeconômica dessas pessoas estava afetada pela Pós-Guerra, pela Crise de Nova Iorque e conflitos internos; que geraram um alto índice de desemprego, dívidas, queda do valor do marco e falta de estrutura básica.

“Por causa da I Guerra a inflação era muito grande, desvalorização do Marco e pagamentos de repartição, e as pessoas não tinham emprego, não tinham de onde tirar o sustento. Uma das metas do Nazismo era desenvolver a Alemanha, e todos teriam, então, emprego”.Sr. Franz.

“Durante o Nazismo não havia pobres no País. Entre a década de 20 a 1933 sim, havia pobreza”. Irmã Jacoba.

Segundo Sr. Franz, “eram tipo lavagem cerebral, e mais de uma maneira eles usavam isso: Alemanha sobre tudo, inclusive o hino alemão fala isso.” Ou seja, as propagandas realmente eram voltadas para o convencimento

eufórico dos alemães que eram bombardeados por um patriotismo vitorioso e exaurido, sendo pregado para deixar as pessoas ainda mais crentes no poder do Regime. “Tudo era controlado pelo Governo e havia muita propaganda. Tudo era censurado e em primeiro plano vinham sempre as vitórias e os pontos positivos do governo”, argumenta Irmã Jacoba.

Logicamente, tudo era conferido pelo Ministério de Propaganda e todas as peças voltadas para o ideal nazista, para isso, foi tirada a liberdade de expressão dos cidadãos germânicos. “A propaganda fazia parte do dia-a-dia, praticamente. A propaganda ela sempre falava sobre a Alemanha, que se tinha que ter amor, patriotismo” afirma Sr. Franz. Sendo que, além de as pessoas serem obrigadas a escutar ou a ler as propagandas, a população era forçada a repartir o pouco que tinha com o governo para prover as propagandas. Conforme Sr. Franz, “tinha inclusive uma coleta na Alemanha para ajudar nessas propagandas, coleta em dinheiro”. Hitler deu o emprego, mas em troca todos pagavam o imposto para a propaganda.

O povo sofrido, que via em Hitler um salvador, não tinha mais a sua liberdade de expressão. A essas pessoas cabia apenas a euforia de serem levadas a crer que o mundo seria melhor com o nazismo. A adequação, a credibilidade, a modernidade, da propaganda nazista permitiu que uma nação fosse coagida e levada ao delírio com os prós de um regime que usou a sua própria técnica propagandística de alta persuasão.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

No material pesquisado, observou-se que a pobreza, aliada ao desespero humano, deixou uma nação inteira à mercê de um ser que se aproveitando de artefatos e técnicas de propaganda e de persuasão, levou a uma Guerra Mundial para conquistar ideais de um único homem e não de um povo. A propaganda é um veículo de convencimento por meios que, arraigados a uma especulação, levou uma única pessoa a governar e a manipular todo o sentimento germânico, que estava ludibriado por seus falsos atributos.

A propaganda, dentro do rádio, cinema e dos comícios, regada por uma verdadeira teatralização e cuidados técnicos virou um espetáculo para a massa, que se encontrava sem esperanças de sair da situação pobre e miserável, sem perspectivas de emprego e sem condições mínimas de sobrevivência. E esse salvador foi seguido, principalmente, por repor os sentimentos de esperança, de solidariedade e de compaixão que o povo precisava para se reerguer de seu estado deplorável.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O povo abatido e fragilizado, realmente, deixou-se impressionar pela beleza e o encanto da propaganda, como se viu nas entrevistas que, sendo bem trabalhada e estimulada, arraigou um espírito consensual de idolatria ao seu progenitor, Adolf Hitler, permitindo-se governar. As variantes econômicas e o pós-guerra, que deixaram a população faminta, desempregada e em condições sub-humanas, foram cruciais para que Hitler conseguisse se sobressair e tomar o poder, pois com a situação, o povo ficou susceptível aos artefatos da persuasão da propaganda.

Hitler e Goebbels conseguiram, então, levar uma nação eufórica para uma Guerra Mundial. “O essencial dessa propaganda era atingir os corações dos germânicos, que compunham a grande massa, de forma a compreender o seu mundo maniqueísta e representar os seus sentimentos”, segundo Lenharo (1994, p.48). Simplesmente, era dado ao povo o que lhe era valoroso, que incentivava e inspirava a esperança de ter novamente a dignidade que doravante já havia usufruído. Nesse ponto, a figura do Salvador surgiu, mas para lutar em benefício próprio e não do povo que, simplesmente, foi um fantoche para recriminar os diferentes e lutar numa Grande Guerra, a guerra que só um homem queria.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1980.

DEMARTINI Gomes, Neusa. **Formas persuasivas de comunicação política** – Propaganda política e publicidade eleitoral. 3ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.

DIEHL, Paula. **Propaganda e persuasão na Alemanha Nazista**. São Paulo: AnnaBlume, 1996.

HITLER, Adolf. **Minha luta**. Porto Alegre: Globo, 1934.

LENHARO, Alcir. **Nazismo, o triunfo da vontade**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1994.

McLEISH, Robert. **Produção de rádio** – Um guia abrangente de produção radiofônica. 2ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 2001.