UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LÍNGUA E LITERATURA ALEMÃ

MÔNICA FONTOURA DA SILVA

**As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na
Alemanha dos anos 30**
(versão corrigida)

São Paulo
2012

MÔNICA FONTOURA DA SILVA

**As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na
Alemanha dos anos 30**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Língua e Literatura Alemã do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Área de Concentração: Língua e Literatura Alemã

Orientadora: Eloá Di Pierro Heise

São Paulo

2012

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

S586r SILVA, Mônica Fontoura da
As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na Alemanha dos anos 30 / Mônica Fontoura da SILVA ; orientador Eloá Di Pierro Heise. - São Paulo, 2012.
168 f.

Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Letras Modernas. Área de concentração: Língua e Literatura Alemã.

1. Nazismo - Alemanha. 2. Propaganda - Alemanha. 3. Periódico. 4. Humor (Análise do Discurso). 5. Memória cultural. I. Heise, Eloá Di Pierro, orient. II. Título.

SILVA, M. F. As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na Alemanha dos anos 30. Dissertação apresentada ao Programa de Língua e Literatura Alemã do Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Letras.

Aprovada em: _____

Banca Examinadora

Profa. Dra. Eloá Di Pierro Heise

Instituição: Universidade de São Paulo - USP

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Profa. Dra. Magali dos Santos Moura

Instituição: Univ. do Estado Rio de Janeiro-UERJ

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Profa. Dra. Juliana Pasquarelli Perez

Instituição: Universidade de São Paulo - USP

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Ao meu marido Jean Carlo por me apoiar
e ser tão compreensivo e amoroso.
Aos meus pais pelo incentivo e carinho.

Agradecimentos

A Deus por ter me iluminado e abençoado nos momentos em que mais precisei.

À minha orientadora Eloá Di Pierro Heise pela oportunidade, por acreditar que esse trabalho seria possível e pela orientação dedicada e valiosa.

À Profa. Dra. Beatriz Daruj Gil por ter me motivado logo que iniciei esta caminhada.

Aos professores doutores Tércio Redondo e José da Silva Simões pelas sugestões dadas durante o exame de qualificação.

À Profa. Dra. Marlene Holzhausen por ter me dado a oportunidade de participar do projeto interdisciplinar “Humor no nazismo”, ainda na graduação.

À CAPES por ter apoiado esta pesquisa.

Ao amigo Carlos Roberto por ter me ajudado todas as vezes que eu necessitei de seu auxílio, sempre me atendendo com alegria e dedicação, principalmente com as traduções e leituras.

À amiga Angélica pelas palavras de incentivo e conselhos serenos. Pelos telefonemas, pelas ajudas com tradução, e por me ouvir sempre que precisei desabafar.

À amiga e agora prima querida Edvânia por ser tão calorosa e se interessar pelo meu trabalho todas as vezes que pedi seus conselhos e leituras.

À Sra. Neide por ter me tratado como uma filha nos momentos em que estive residindo em sua casa em São Paulo.

À amiga Ludmila pelas conversas e pela amizade desde os primeiros anos desta pós-graduação.

Às amigas Renata, Marcela e Carla por me ajudarem sempre que precisei.

Aos queridos amigos de graduação, muitos dos quais me acompanharam nesta

empreitada, pelos bons momentos e pela experiência de viver uma família, quando quase todos nós estávamos longe de casa.

Aos funcionários do departamento de Letras Modernas, em especial a Edite e o Junior, que sempre me auxiliaram com datas, prazos e demais informações solicitadas.

À minha família, em especial à minha amada mãe Antônia Maria e minha querida irmã Michele, por terem me apoiado e motivado sempre, apesar de todos os obstáculos e dificuldades que encontrei pela frente.

Ao meu marido Jean Carlo, de modo especial, por compreender as minhas ausências em momentos especiais de nossas vidas. E ainda por me incentivar com amor e carinho para que eu prosseguisse nesta jornada.

E ainda àqueles que acompanharam esta etapa de minha vida, e que me esqueci aqui de mencionar, deixo a eles meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

SILVA, M. F. **As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na Alemanha dos anos 30.** 2012. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

O Estado nazista caracterizou-se não só pela violência física empregada contra o povo, mas também pela violência psicológica que procurou exercer sobre a sociedade pelo viés propagandístico, fosse ele iconográfico, escrito ou falado. Neste governo, a propaganda e a doutrinação desempenharam um papel fundamental para constituição, permanência e prática de sua política ditatorial, que culminou com a Segunda Guerra Mundial. A busca de meios eficazes de convencimento transformou-se em instrumento produtivo para dar veracidade às suas ideias e doutrinas, angariando assim novos partidários da causa. No sentido de detectar e analisar um desses meios de convencimento, a presente dissertação elegeu piadas publicadas em um jornal de grande circulação como objeto precípua de seu estudo, visto que os chistes devem ser compreendidos não apenas como meros instrumentos de diversão, mas também como discursos carregados de sentidos, que podem ser utilizados como veículo de propaganda e manipulação. Partindo do pressuposto de que piadas, assim como outros textos discursivos, refletem um discurso que vai muito além do que ali está exposto, apontando para outros dizeres já cristalizados, nossa análise dos chistes utilizará o respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso francesa e discussões de Freud e Bergson sobre o humor, visando compreender como esse meio de comunicação de massa, de boa acolhida, pode ter atendido aos ideais nazistas. O fundamento da argumentação aqui exposta baseia-se na percepção de que a recepção de um discurso, de aspecto lúdico ou não, remete a sentimentos e a uma memória já previamente construída no âmbito social, indicando, desse modo, que os sentidos, que se materializam em um texto, trazem de forma latente em seu bojo discursos já-ditos alhures.

Palavras-chave: Nazismo, propaganda, humor, imprensa, memória discursiva.

ABSTRACT

SILVA, M. F. The relationship between a modality of the humorous gender and the political history in Germany of 30s. 2012. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

The Nazi State was characterized not only for the devoted physical violence against the people, but also for the psychological violence that tried to exercise on the society for the propagandistic inclination as it was iconographic, written or spoken. In that government, the propaganda and the indoctrination they played took out a fundamental part for constitution, permanence and practice to its dictatorial politics that culminated with to World War II. The search of effective means of convincing became productive instrument to give truthfulness to their ideas and doctrines, recruiting this way that new supporting of the cause. In the sense of detecting and to analyse one of those convincing means, this dissertation has chosen jokes published in a newspaper of great circulation as foremost object of its study, because the jokes should be understood not only as mere instruments of amusement, but also as speeches loaded of senses that can be used as advertising and manipulation means. Starting the presupposition that jokes, as well as other discursive texts reflect a speech that overdoes what it is fairly exposed, it points out to other sayings which they have already crystallized. Our analysis of the jokes has used the theoretical-methodological backrest on French Discourse Analysis and the discussions of Freud and Bergson about the humor seeking to understand how that good welcome broadcasting could have assisted to the Nazi ideals. The ground of the argumentation hereinto exposed bases on the perception that the reception of a speech, of playful activity aspects or not postpones to feelings and to a memory previously built in the social extent, indicating however, that the senses that materialized themselves in a text, they bring elsewhere in a latent way in their salience already-said speeches.

Keywords: Nazism, propaganda, humor, press, discursive memory.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Fac-símile da 1ª. Edição do jornal em 14 de dezembro de 1891.....	78
Figura 2: A quarta seção de humor, objeto de nossa pesquisa.....	88
Figura 3: Foto da última edição do jornal publicada em abril de 1945.....	90
Figura 4 : Piada n° 15.....	105
Figura 5 : Piada n° 46.....	111
Figura 6 : Piada n° 41.....	116
Figura 7 : Piada n° 47.....	118
Figura 8 : Piada n° 38.....	136
Figura 9 : Piada n° 21.....	145

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 : <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> : relação das piadas publicadas entre julho e dezembro de 1935.....	92
Tabela 2 : Frequência dos desenhistas no <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> Julho – dezembro de 1935.....	93
Tabela 3 : <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> : relação das piadas publicadas em 1936.....	94
Tabela 4 : Frequência dos desenhistas no <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> em 1936.....	95
Tabela 5 : Desenhistas no <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> 1935 –1936.....	97

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 : Interdiscurso e Intradiscurso.....	31
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
-----------------	----

CAPÍTULO 1 – BASE TEÓRICA PARA A ANÁLISE PROPOSTA

1.1– Metodologia de pesquisa.....	20
1.2 – Condições de produção do discurso.....	24
1.3 – Memória, interdiscurso e sentido.....	29
1.4 – A escolha do corpus.....	32

CAPÍTULO 2 – UMA ALEMANHA MODERNA, MARCADA POR DUAS GUERRAS MUNDIAIS

2.1– Antecedentes históricos.....	34
2.2 – O movimento nacional socialista nas décadas de 20 e 30.....	45

CAPÍTULO 3 – A PROPAGANDA COMO VEÍCULO POLÍTICO E O PERCURSO DO PERIÓDICO *BERLINER ILLUSTRIRTE ZEITUNG*.

3.1 – Considerações sobre a propaganda e o papel da imprensa na Alemanha nazista.....	66
3.2 – O percurso do periódico <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> até a República	77
3.3 – O jornal alemão após a ascensão nazista.....	83
3.4 – O semanário <i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> nos anos de 1935-1936.....	90

CAPÍTULO 4 – AS RELAÇÕES ENTRE UMA MODALIDADE DO GÊNERO HUMORÍSTICO E A HISTÓRIA POLÍTICA NA ALEMANHA DOS ANOS 30.

4.1 – Análise dos textos humorísticos referentes ao judeu.....99

4.2 – Análise dos textos humorísticos referentes à mulher.....124

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....154

BIBLIOGRAFIA.....159

INTRODUÇÃO

Refletir sobre a linguagem na perspectiva discursiva implica apreender a relação existente entre língua/ sujeito/ história, que é materializada linguisticamente em forma de textos, considerados estruturas complexas pela teoria da Análise de Discurso francesa. O discurso produzido em uma determinada sociedade e num determinado período histórico possui efeitos de sentidos que atuam na realidade e ocasionam mudanças no meio em que são difundidos. Nesse sentido, a linguagem não é apenas um instrumento de comunicação que os homens utilizam cotidianamente, mas efeito de sentido entre aqueles que a utilizam, na medida em que a língua é um ato que envolve não só elementos linguísticos, mas também elementos históricos, ideológicos e políticos, que se fazem presente na constituição dos discursos.

Levando em consideração essas premissas, a presente dissertação objetiva investigar os aspectos sociopolíticos e ideológicos contidos nos textos humorísticos publicados às quintas-feiras, na seção *Humor*, do periódico *Berliner Illustrierte Zeitung* (Jornal Ilustrado de Berlim), no período de 1935 a 1936. Pretendemos fazer uma leitura do discurso dos chistes, buscando apontar a sua relação com o contexto em que foram produzidos, isto é, o da Alemanha dos anos 30. Entretanto, não desconsideraremos o contexto mais amplo, ou seja, o contexto sócio-histórico, político e ideológico alemão, que se constrói muito antes da assunção de Hitler ao poder, visto que ele é fundamental para compreendermos o contexto imediato em que tais piadas são produzidas.

Se pensarmos que a linguagem oficial durante o nazismo buscava dirigir o pensamento do povo, visando aos seus propósitos e interesses, o estudo dos textos humorísticos, divulgados neste jornal durante esse regime autocrático, pode nos revelar se esses textos colaboram para endossar não só facetas das concepções nazistas da época como

também nos apontar em que medida as ideias divulgadas de forma persuasiva pelo governo adquirem as feições almejadas por tal regime autoritário.

Acredita-se, e essa é a tese que aqui se advoga, que o discurso destas piadas, pelo viés do humor, pode ter contribuído não só como forma de veicular e propagar a ideologia nazista como também de ter sido usado como meio de conduzir o indivíduo, isto é, de agir como instrumento e levar o leitor a aderir aos interesses políticos peculiares do Estado. Como meio mais eficaz para alcançar esse fim, coube um papel preponderante à propaganda nazista, forma de difusão de ideias não ligada diretamente à coerção, mas que divulga seu conteúdo informativo e persuasivo de maneira convincente para arrebanhar novos adeptos. Pois, o objetivo do partido através da propaganda foi “[...] convencer a população inteira da ideia do nazismo”,¹ utilizando para tanto todos os recursos que tinha disponível, incluindo nesse rol as piadas.

Considerando-se que, no estudo da linguagem, tem-se um sujeito afetado pela história e pela língua e que não pode controlar o modo como tais elementos o afetam, “[...] isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia”.² Em outras palavras, os textos que pretendemos estudar foram construídos por pessoas afetadas tanto pelo contexto histórico anterior ao nazismo, que falam em seus discursos, quanto pela linguagem do meio em que essas pessoas estavam inseridas, o nacional-socialismo.

Esse regime buscou apropriar-se e manipular a forma de pensar de seus concidadãos, ao apregoar as suas “verdades”, distorcer fatos em seu favor, chegando ao extremo de conduzir um povo a situações graves, como o da guerra e do extermínio de judeus. Para Klemperer (2009) “[...] o nazismo se embrenhou na carne e no sangue das massas por meio das palavras, expressões e frases impostas pela repetição, milhares de vezes, e aceitas

¹ KERSHAW, I. **Hitler**: um perfil do poder. Tradução, Vera Ribeiro; revisão técnica e notas biográficas, Samuel Salinas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. 1993, p.100.

² ORLANDI, E. P. **Análise do Discurso**: Princípios e Procedimentos. Campinas-SP: Pontes, 2007a, p. 20.

inconsciente e mecanicamente”.³

No que concerne à estruturação dos capítulos, a argumentação dissertativa do trabalho obedeceu o desenvolvimento exposto a seguir.

Iniciamos a dissertação com uma abordagem teórica na qual se justifica a metodologia utilizada, Análise do Discurso. Em seguida expomos alguns dos princípios teóricos desse referencial metodológico, como o das condições de produção do discurso – que envolve a exterioridade, o processo histórico-social, os sujeitos etc. – e memória, interdiscurso e sentido, os quais nos possibilitam reportar um dizer a uma filiação de dizeres construídos historicamente. Esses conceitos nos orientam e auxiliam na leitura dos chistes, que se encontram no quarto capítulo deste trabalho. Ademais, no último subitem desta primeira parte relatamos como se deu a escolha do *corpus*, que delimitamos respaldados na teoria discursiva supracitada.

No segundo capítulo denominado “Uma Alemanha moderna, marcada por duas guerras mundiais” apresentamos um panorama geral sobre o cenário socioeconômico e político da Alemanha no final do século XIX e início do seguinte. Tecemos também algumas considerações sobre a Primeira Guerra Mundial, suas consequências e alguns fatores, tanto econômicos quanto políticos, que contribuíram para a assunção de Hitler ao poder. A seguir, dissertamos sobre o movimento nacional-socialista na década de 20 e 30, perfilando como se deu a instauração de Hitler no poder e as suas principais ações como chanceler.

Esses acontecimentos históricos anteriores ao nazismo e durante esse regime são importantes para esta pesquisa, na medida em que eles significam e afetam os indivíduos em seus discursos e em suas posições políticas, pois um saber discursivo se constitui ao longo da história e encontra-se presente na história atual, visto que esta é uma convergência entre

³ KLEMPERER, V. **LTI**: a linguagem do Terceiro Reich. Tradução, apresentação e notas de Miriam Bettina Paulina Oelsner. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009, p. 55.

atualidade e memória.⁴ Daí se dizer, na metodologia escolhida, que não há “[...] um sentido único e prévio, mas um sentido instituído historicamente na relação do sujeito com a língua e que faz parte das condições de produção do discurso”.⁵

No terceiro capítulo, fazemos algumas considerações sobre a propaganda e o papel da imprensa na Alemanha nazista. Nestas mencionamos as técnicas e as fases de atuação do regime, apontando para as principais diretrizes que ela deveria seguir após a ascensão do partido nacional-socialista ao poder em 1933, cujo Ministério da Propaganda passa a ser dirigido e controlado por Joseph Goebbels, colaborador hitlerista, o qual busca difundir as notícias ligadas ao ideário nazista. Essa propaganda, que visava atingir os corações e mentes dos alemães à época, pode ter encontrado na anedota um aliado importante, visto que esta possui um “encanto peculiar e fascinador”, exercido sobre a sociedade em que circula. Além disso, quando se trata de uma nova piada, ela é divulgada de “[...] uma a outra pessoa como se fora a notícia da vitória mais recente”.⁶

Em seguida esboçamos o percurso do jornal *Berliner Illustrierte Zeitung* (*Jornal ilustrado de Berlin*), desde sua fundação até a época da República de Weimar. Após essa caminhada abordamos a atuação do jornal no governo ditatorial hitlerista, quando o periódico precisa se adaptar para sobreviver. No último tópico deste capítulo, esboçamos a estrutura técnica do semanário nos anos de 1935 e 1936 e um pequeno resumo, em tabelas, das publicações dos textos humorísticos e seus desenhistas durante os anos de 1935 (26 números) e de 1936 (53 números).

No último capítulo da dissertação analisamos os textos humorísticos que elegemos como foco de nossa interpretação: quatro anedotas sobre judeu e seis sobre mulher, as quais foram eleitas, visto que eram matérias amplamente veiculadas na propaganda do regime

⁴ PECHEUX, M. **O discurso**: estrutura e acontecimento. Tradução Eni Puccineli Orlandi. Campinas-SP: Pontes, 1990.

⁵ ORLANDI, op. cit., 2007a, p. 52.

⁶ FREUD, S. **Os chistes e suas relações com o inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1969, p. 28.

nazista, antes e após 1933. Iniciamos nossa reflexão com algumas observações sobre o “semita”, na primeira parte, e sobre a figura feminina, na segunda fase, antes de adentrarmos na análise dos textos humorísticos.

Neste segmento final buscamos também utilizar como instrumento para a análise dos textos duas obras sobre humor, a saber: *Os chistes e suas relações com o inconsciente*, de Freud (1969) e *O Riso: ensaio sobre a Significação da Comichidade* de Bergson (2001). Alguns conceitos desses dois livros são abordados no decorrer da análise, visto que tais obras bem como a teoria da Análise do Discurso nos ajudam a deslindar o que nos propomos neste trabalho: apontar as relações entre o texto humorístico e o contexto imediato da política repressora nazista, mostrando se o discurso propalado em tais piadas buscou criticar ou reforçar as concepções ideológicas nazifascistas.

CAPÍTULO 1 – BASE TEÓRICA PARA A ANÁLISE PROPOSTA

[...] As línguas são organismos vivos. Infinitamente complexas, mas ainda assim organismos. Têm dentro de si uma certa força vital e certos poderes de absorção e crescimento. [...] Uma língua mostra que traz dentro de si o germe da dissolução de várias maneiras. Atividades mentais que um dia foram espontâneas tornam-se mecânicas, hábitos cristalizados (metáforas mortas, símiles vulgares, slogan). As palavras ficam mais compridas e mais ambíguas. Em lugar de estilo, surge a retórica. [...] Os vocábulos estrangeiros e palavras emprestadas deixam de ser absorvidos na corrente sanguínea da língua nativa. São apenas engolidos e permanecem como uma intrusão alienígena. Todas essas falhas técnicas somam-se à falha essencial: a linguagem deixa de estimular o pensamento, e apenas o confunde.

George Steiner

O nazismo se embrenhou na carne e no sangue das massas por meio das palavras, expressões ou frases, impostas pela repetição, milhares de vezes, e aceitas mecanicamente. [...] Palavras podem ser como minúsculas doses de arsênico: são engolidas de maneira despercebida e aparentam ser inofensivas: passado um tempo, o efeito do veneno se faz notar.

Victor Klemperer

Neste capítulo traçamos os conceitos teóricos que nortearão o percurso de reflexão do presente trabalho, pressupostos necessários para análise dos chistes escolhidos dentre a produção humorística do jornal *Berliner Illustrierte Zeitung*. Iniciamo-lo com uma exposição da metodologia de pesquisa escolhida para essa dissertação e justificamos porque esta foi eleita.

Após tal reflexão discorreremos sobre alguns dos princípios teóricos que Michel Pêcheux esboçou nessa teoria, em especial, aqueles que nos dão suporte para analisar os textos humorísticos que aqui interpretamos. Assim, iniciamos nossas considerações a partir das condições de produção, que pressupõe dizeres compartilhados pelo sujeito no momento da construção dos discursos. Ao falarmos de tal concepção retomamos uma parte do contexto histórico em que tal teoria discursiva surgiu. Em seguida, abordamos o conceito de memória, interdiscurso e sentido. Essas noções serão o nosso fio condutor para entender os discursos

dos textos humorísticos publicados na Alemanha nazista, já que estes são considerados fatos que comportam historicidade.

Ademais, resta dizer que trabalhamos no último subitem deste capítulo a escolha do *corpus* e justificamos porque elegemos piadas cuja temática se referem ao judeu e ao gênero feminino.

1.1 – Metodologia de Pesquisa

A trajetória deste estudo – que tem como objeto de trabalho textos humorísticos, extraídos do jornal *Berliner Illustrirte Zeitung*, publicados na Alemanha na década de 30 – pretende estudá-los, relacionando-os às suas condições de produção que, por sua vez, estão ligadas à totalidade do processo sócio-histórico de uma época. Esse processo deve ser entendido neste trabalho como um movimento que vincula os indivíduos à cultura, à sociedade, à economia e às crenças, elementos esses que tornam possível a compreensão dos discursos, já que tal processo determina a constituição destes.

Assim, nosso objetivo é analisar as anedotas procurando compreendê-las enquanto discursos (enunciados do texto), que ocorrem numa relação intra/interdiscursiva, em que o sujeito enunciator, ao construir seu discurso, recorre a uma memória de dizeres já existente na sociedade, que também o compõem, chamada de interdiscurso.

Os discursos (sejam eles humorísticos ou de qualquer outro gênero) não são inócuos ou neutros, como poderia se pensar, mas ideológicos. Eles mobilizam sentidos, em que se observam as posições sociais, ideológicas e culturais dos sujeitos que os divulgam. Assim, estudar o discurso dos textos humorísticos na perspectiva discursiva é uma forma de compreender se este meio de comunicação de massa, de boa acolhida, pode ter contribuído

(ou não) para a disseminação das ideias do governo hitlerista, já que a recepção de um discurso, de aspecto lúdico ou não, remete os indivíduos a sentimentos e a uma memória já previamente construída em sociedade. Partimos do princípio de que o governo autoritário de Hitler buscou, por meio da repetição constante de certos valores e verdades, inculcar nas pessoas sua ideologia, e se utilizou para tanto de todos os recursos que tinha disponíveis naquele momento para lhe servir de veio propagandístico, sendo a piada uma delas, como mencionado anteriormente.

Para atingirmos o objetivo de nossa pesquisa, o referencial metodológico que nos dará suporte é o da teoria da Análise do Discurso de linha francesa. Mais precisamente os aportes teóricos desenvolvidos por Michel Pêcheux e por outros autores dessa mesma linha de investigação. Nós elegemos essa teoria por dois motivos: em primeiro lugar, por se tratar de uma teoria crítica de produção da linguagem, que leva em conta as relações entre língua, história, sujeito e ideologia, como constitutivos dos sentidos. Na Análise do Discurso, apesar do sujeito ter uma intenção, não é ele quem determina o sentido do discurso que enuncia, visto que o indivíduo é condicionado por determinada ideologia, que o instrui previamente a dizer isso ou aquilo em sociedade. Em segundo plano, por coadunar-se com o enfoque que é trabalhado na análise dos textos humorísticos, ou seja, as condições de produção do discurso, enfatizando principalmente a noção de memória discursiva (interdiscurso), que remete a reproduções de discursos anteriores já ditos em outros lugares, mas que estão presentes na memória e no imaginário dos sujeitos, que os materializam e atualizam linguisticamente em seu discurso ao enunciá-los.

A teoria escolhida postula que, nas condições de produção, o mais importante não é só a situação empírica, o contexto imediato em que o discurso é produzido, mas sim a memória discursiva, ou seja, o interdiscurso, que tem elementos pré-construídos, os quais fazem parte da memória coletiva. Assim, as palavras do sujeito que enuncia também são as

palavras dos outros, já ditas alhures. De acordo com Mariani (1993)

[...] a história se faz materialmente presente, enquanto memória, no discurso. A partir da análise das formas de inscrição da historicidade (de uma formação social em uma dada conjuntura) na linguagem, torna-se possível entrever os processos discursivos que atuam na perpetuação e cristalização de determinados sentidos em detrimentos de outros, ou seja, processos discursivos que tecem e homogeneízam a história de uma época.⁷

A partir da afirmação de Mariani, podemos enfatizar um aspecto importante para a nossa análise: a historicidade está inscrita e materializada nos discursos, enquanto memória. E, ainda, através de tal historicidade é que podemos apreender se os sentidos são os mesmos, isto é, se há uma “perpetuação e cristalização” de significado nos processos discursivos, ou se os sentidos são outros, já que os discursos estão sempre se movendo para outros campos de significação.

Em outras palavras, os sujeitos, por meio de suas produções intelectuais em forma de discurso, apontam a que formação ideológica a qual esse discurso está vinculado. No caso específico que será aqui analisado, as piadas, quer-se detectar a historicidade materializada nesses discursos, ou seja, se eles se articulam pró sociedade autoritária nazista, ou se é possível vislumbrar, mesmo nas entrelinhas de discursos historicamente marcados, ideias que não rezam pela cartilha desse domínio ditatorial. Desse modo, interessa-nos ver no nazismo mais do que um regime autoritário e um acontecimento histórico, que censurou, violentou e silenciou pessoas; nosso interesse é olhá-lo enquanto acontecimento discursivo, que por meio de suas palavras produziu efeitos (de sentido) que afetavam tanto a história quanto a sociedade como um todo.⁸

Todavia, devemos lembrar também que para a Análise do Discurso “[...] os contextos imediatos somente interessam na medida em que, mesmo neles, funcionam as

⁷ MARIANI, B. S. C. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, E. P. (Org.) **O discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas-SP: Pontes, 1993, p. 41.

⁸ ORLANDI, E. P. Maio de 1968: Os silêncios da memória. In: ACHARD, P. [et al.] **Papel da Memória**. Tradução José Horta Nunes, 2ª Edição. Campinas: Editora Pontes, 2007c.

condições históricas de produção. Ou seja, os “contextos” fazem parte de uma história, já que, também nessas instâncias de enunciação, os enunciadores se assujeitam a sua FD [Formação Discursiva]”.⁹

Nesta perspectiva, há ainda outro aspecto interessante a frisar neste trabalho, o fato de os textos humorísticos terem sido construídos sob uma ditadura – que controlava todos os meios de comunicação e tudo aquilo que se dizia e imprimia na Alemanha, seguindo, assim, as normas do partido ¹⁰ – o que implica uma asfixia do sujeito e do sentido, na medida em que, segundo Orlandi (2007)

[...] ela [a censura] é a interdição manifesta da circulação do sujeito, pela decisão de um poder de palavra fortemente regulado. No autoritarismo não há reversibilidade possível no discurso, isto é, o sujeito não pode ocupar diferentes posições: ele só pode ocupar o “lugar” que lhe é destinado, para produzir os sentidos que não lhe são proibidos. A censura afeta, de imediato, a identidade do sujeito. ¹¹

Embora esse cerceamento por parte da censura exista, período de tempo em que há uma injunção da ditadura que obriga o sujeito “[...] a dizer “x” para não deixar dizer “y””, devemos lembrar, citando novamente Orlandi que “[...] pela natureza dispersa do sujeito, pelo movimento que o constitui em sua identidade, veremos que esse “y” significará por outros processos, fato que dá lugar a retórica da resistência”. ¹²

Ou seja, apesar de não poder utilizar certas palavras, expressões etc., visto que pode sofrer consequências drásticas – no caso estudado ser executado ou mesmo enviado para um campo de concentração –, o sujeito busca outras formas de significar aquilo que lhe foi proibido, através de seus discursos. Sob esse ponto de vista, justifica-se a importância de observar um enunciado não como algo que possui um sentido óbvio, porém como um dizer

⁹ POSSENTI, S. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F; BENTES, A. C. (Orgs) **Introdução a lingüística: fundamentos epistemológicos**. Vol. 3. São Paulo: Cortez, 2004, p.309.

¹⁰ KLEMPERER, 2009.

¹¹ ORLANDI, E. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6ª Edição. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 2007b, p. 79.

¹² ORLANDI, op. cit., 2007a, pp. 81-82.

opaco, que precisa ser desnaturalizado.¹³

Ainda em relação à censura, devemos lembrar que os chistes, assim como outros gêneros textuais, podem ocupar um lugar tanto de resistência quanto veiculador das ideologias das ditaduras. Sua peculiaridade, no entanto, está no seu caráter lúdico, que proporciona prazer naquele que o ouve. É interessante observar que tal prazer possibilitado pelo invólucro chistoso “[...] suborna nossos poderes de crítica e os confunde”.¹⁴

Para encerrar estas considerações preliminares, reiteramos novamente que nos apoiaremos também nas teorias sobre humor, referentes às obras de Freud (1969) e Bergson (2001), as quais estão presentes no corpo de nossa análise. Acreditamos que esses conceitos entrecruzados sugerem uma maneira de posicionar as piadas no período estudado, nos ajudando a apreender os discursos materializados em seus textos.

1.2 – Condições de produção do discurso

Para entender as condições de produção do discurso, defendidas pela Análise do Discurso, é necessário considerar que esse possui uma exterioridade, que o constitui e o determina. Essa concepção engloba ainda os sujeitos (vinculados à sociedade, à economia, à política e à cultura) bem como os interlocutores, o contexto imediato (atual) e o contexto mais amplo (histórico). Elementos esses que estão relacionados à totalidade do processo sócio-histórico e ideológico.

Essa concepção, formulada por Pêcheux no final dos anos 60, está presente no livro *Análise Automática do Discurso*, (doravante AAD-69), o qual marca o início dessa abordagem discursiva. Nessa obra, de acordo com Brandão (2008), tal filósofo debruçou-se

¹³ Desnaturalizar o sentido, segundo a teoria Análise do Discurso, é problematizar e discutir o sentido de uma palavra, levando em conta tanto a relação da língua com a história quanto dos sujeitos com o sentido.

¹⁴ FREUD, S. op. cit., p.155.

sobre discursos políticos de esquerda e de direita e não se limitou a analisá-los somente sob a perspectiva linguística, isto é, voltado apenas para os elementos gramaticais da língua, mas também considerou outros aspectos externos a ela como, por exemplo, “[...] os elementos históricos, sociais, culturais e ideológicos, que cercam a produção de um discurso e nele se refletem”.¹⁵

Essa obra cerne foi, assim, o início de grandes embates teóricos e discussões acerca desse novo objeto, o discurso, o qual desde seu início “[...] não [foi] um objeto lingüístico, mas um objeto sócio-histórico onde o lingüístico intervém como pressuposto”.¹⁶ Pode-se dizer que esse trabalho AAD-69 lançou as primeiras bases teóricas, em 1969, de uma teoria construída no entremeio de três campos distintos do conhecimento como o da Linguística, do Materialismo Histórico e da Psicanálise. As contribuições teóricas e metodológicas advindas dessas áreas do saber foram rediscutidas e reelaboradas, no decorrer das etapas da Análise do Discurso,¹⁷ por Pêcheux e outros autores envolvidos nessa abordagem teórico-metodológica.

A partir dessas considerações, iniciamos nossa reflexão definindo o conceito de discurso para a teoria por nós abordada: a Análise do Discurso. Para esta

[...] O discurso não corresponde à noção de fala pois não se trata de opô-lo à língua como sendo esta um sistema, onde tudo se mantém, com sua natureza social e suas constantes, sendo o discurso, como a fala, apenas uma sua ocorrência casual, individual, realização do sistema, fato histórico, a-sistemático, com suas variáveis etc. O discurso tem sua regularidade, tem seu funcionamento que é possível apreender se não opomos o social e o histórico, o sistema e a realização, o subjetivo ao objetivo, o processo ao produto. [...] [relacionando o discurso à língua] nem o discurso é visto como uma liberdade em ato, totalmente sem condicionantes lingüísticos ou determinações históricas, nem a língua como totalmente fechada em

¹⁵ BRANDÃO, H. N. Discurso, gênero e cenografia enunciativa. In: MICHELETTI, G. (Org.). **Enunciação e gêneros discursivos**. São Paulo: Cortez, 2008, p. 29.

¹⁶ PÊCHEUX, M; FUCHS, C. (1975) A propósito de Análise Automática do discurso: atualizações e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradução de Bethania S. Mariani et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1990, p. 188.

¹⁷ A Análise do Discurso foi dividida por Michel Pêcheux em três épocas distintas. Em *A Análise do Discurso: Três épocas* (1983) o autor faz um balanço de seus conceitos e métodos e aponta para as reelaborações pelas quais essa teoria passou desde sua fundação. Essas distinções podem ser encontradas neste trabalho de Pêcheux ou ainda em obras como: BRANDÃO, H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Editora Unicamp, 2006. GREGOLIN, M. R. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos & duelos**. São Carlos, SP: Claraluz, 2006, dentre outras.

si mesma, sem falhas ou equívocos. As sistematicidades lingüísticas – que nessa perspectiva não afastam o semântico como se fosse externo – são as condições materiais de base sobre os quais se desenvolvem os processos discursivos. A língua é assim condição de possibilidade do discurso.¹⁸

De acordo com as palavras de Orlandi pode-se observar que a concepção de discurso desenvolvida por Pêcheux não é nem da ordem da fala nem da língua, conforme a concepção saussureana. Isto é, não é nem universal nem individual, porém encontra-se em um nível particular¹⁹, entre a língua e a fala, visto que o discurso tem uma regularidade e um funcionamento próprio, com condicionantes linguísticos e sendo determinado historicamente. Isso visa apontar a sua relação tanto com o linguístico quanto com o extralinguístico (sócio-histórico e ideológico), sendo a língua o lugar em que isso pode ser observado materialmente, já que ela é a “[...] condição de possibilidade do discurso”.²⁰

Nesse sentido, as palavras (saber linguístico), ao serem utilizadas nas produções intelectuais e na linguagem dos sujeitos apontam não só para as (inter)relações sociais entre os homens, mas também para elementos sócio-históricos e ideológicos, os quais indicam os lugares (sociais e ideológicos) que tais indivíduos assumem na sociedade ao se expressarem através de certas palavras e expressões e não com outras.

Para exemplificar o que acabamos de dizer podemos citar o exemplo do discurso feminino. Uma mulher numa propaganda, numa anedota ou qualquer outro gênero discursivo, será retratada de acordo com o objetivo e a posição ideológica do sujeito que produz tal matéria discursiva. Ele construirá seu discurso ancorado em saberes que circulam e já circularam na sociedade (memória) para atingir seu propósito, utilizando-se para tanto de mecanismos que o levem a alcançar e convencer o outro de sua ideia. Se o sujeito for aquele que defende o ponto de vista da mulher e é a favor de seus direitos, ele revelará por meio de

¹⁸ ORLANDI, op. cit., 2007a, p.22.

¹⁹ De acordo com Orlandi (op. cit., 2007a) esse nível particular é o lugar em que a linguagem e a ideologia se articulam. Entretanto devemos lembrar que essa relação entre discurso e ideologia não ficou esboçada no livro publicado em 1969, mas somente a partir de 1970 quando o livro *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*, de Louis Althusser, é publicado.

²⁰ Ibidem, p. 22.

seu discurso valores femininos positivos, que visam levar outras pessoas a aceitar o seu ponto de vista, pró sujeito feminino. Em contrapartida, se o sujeito possuir uma visão tradicional e machista em relação ao gênero feminino, ele buscará enredar a mulher em condições nas quais suas conquistas e emancipação contribuem negativamente para as relações sociais. Observa-se, pois, que tal sujeito será regido amiúde pelo modo que é afetado pela língua e pela história e ainda pelo meio em que está inserido, os quais regularão o seu dizer.

Em outros termos, o sentido de uma palavra depende tanto do lugar sócio-ideológico em que o sujeito se inscreve ao enunciá-la quanto das condições sócio-históricas de produção, visto que todos esses elementos estão envolvidos no momento em que o discurso é engendrado. Por isso, a Análise do Discurso considera que o discurso é um dos lugares em que a ideologia se faz presente e material. Segundo essa metodologia

[...] a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, portanto trabalha a relação língua-discurso-ideologia. Essa relação se complementa com o fato de que, como diz M. Pêcheux (1975), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia e é assim que a língua faz sentido.²¹

Nesta perspectiva, todo sujeito é atravessado por ideologias, as quais o constituem e influenciam, sendo essas reveladas nos discursos, que as materializam. É importante observar que o indivíduo não é influenciado somente por uma ideologia, mas por todas aquelas que se movem na sociedade em que está inserido. Assim, “[...] ao falarmos nos filiamos a redes de sentidos, mas não aprendemos como fazê-lo, ficando ao sabor da ideologia e do inconsciente”.²²

Essas reflexões nos indicam que as condições de produção discursiva apresentam-se como fundamentais para podermos apreender o sentido de um discurso, concretizados nas produções intelectuais dos indivíduos, seja falada, escrita, visual etc. Desse modo, “[...] as palavras tem sentido em conformidade com as formações ideológicas em que os sujeitos

²¹ ORLANDI, op. cit., 2007a, p.17.

²² Ibidem, p. 34.

(interlocutores) se inscrevem”.²³

Esse conceito de formações ideológicas foi descrito por Pêcheux e Fuchs (1993) em *A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas*. Nesse trabalho os autores elucidam que “[...] cada formação ideológica constitui um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem ‘individuais nem universais’ mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classes em conflito”.²⁴ Em outras palavras, as formações ideológicas são um conjunto de imagens que os indivíduos possuem de si e do outro e sobre determinado tema que abordam. Elas é que determinam, mediante esse “conjunto complexo de atitudes e representações”, o sentido das palavras que os sujeitos empregam no discurso. Daí dizer-se que “[...] o sentido não existe em si, mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas”.²⁵

Mas falar de formações ideológicas implica trazer para discussão a noção de formações discursivas, um dos conceitos muito importante para a Análise do Discurso, pois estas “[...] determinam o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, um sermão, um panfleto, uma exposição, um programa etc.) a partir de uma posição dada numa conjuntura dada”.²⁶

Em outros termos, as formações discursivas são lugares em que os sujeitos expressam e manifestam sua posição social, histórica e ideológica via seu discurso. Desse modo “[...] cada formação discursiva reúne um conjunto de enunciados ou textos marcados por algumas características comuns (linguísticas, temáticas, de posição ideológica)”.²⁷ Estas características revelam os conflitos e os lugares sociais assumidos pelos diferentes sujeitos,

²³ FERNANDES, C. A. **Análise do Discurso**: reflexões introdutórias. 2 edição. São Carlos : Claraluz, 2008, p.23.

²⁴ PÊCHEUX; FUCHS, op. cit.,1990, p. 166.

²⁵ ORLANDI, op. cit. 2007a, p. 42.

²⁶ PECHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. Tradução Eni P. Orlandi, 4. ed. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 2009, p. 160.

²⁷ BRANDÃO, op. cit., 2008, p. 30.

que compõem uma sociedade.

Em suma, podemos dizer que todo discurso deve ser observado a partir das suas condições de produção, pois nestas podemos apreender o funcionamento da memória discursiva, a qual nos reporta a uma determinada formação discursiva (e não a outra), fato que nos possibilita entender o sentido daquilo que está sendo veiculado no texto.

1. 3 – Memória, interdiscurso e sentido

Na Análise do Discurso a noção de memória discursiva é também definida como interdiscurso, pois é pensada em relação ao discursivo. Orlandi (2003) define esse conceito “[...] como uma série de formulações que derivam de enunciações distintas e dispersas que firmam em seu conjunto o domínio da memória (do saber discursivo); esse domínio constitui a exterioridade discursiva para o sujeito do discurso”.²⁸ Em outras palavras, o sujeito possui um saber discursivo – algo que foi sendo construído e sedimentado no indivíduo ao longo de sua história, e que este não sabe de onde vem, ou quem o pronunciou, mas que significa em seus dizeres, o “já-dito”, o pré-construído – que antecede o seu dizer, que ele inscreve no interior dos seus discursos ao enunciar.

Esse conceito de interdiscursividade é importante, pois “[...] disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”.²⁹ Ou seja, através do interdiscurso é possível detectar a quais formações discursivas³⁰ esse sujeito (que fala) se filia, pois todos os dizeres já ditos por alguém, em outros momentos e lugares, ainda

²⁸ ORLANDI, E. A leitura proposta e os leitores possíveis. In _____. **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 2003, p.12.

²⁹ ORLANDI, op. cit., 2007a, p. 31.

³⁰ O conceito de formação discursiva para a obra de Pêcheux deriva do livro *Arqueologia do Saber* (1969), de Michel Foucault, de onde o primeiro autor a retira e reformula, com base em uma teoria materialista. Essa noção de formação discursiva, segundo Orlandi (op. cit., 2007a) é tida como basilar na teoria estudada, visto que nos leva a entender o processo de produção de sentidos e a sua relação com a ideologia.

que muito distantes, têm um efeito de sentido sobre os enunciados que o sujeito produz na atualidade. Isso ocorre, porque de acordo com Orlandi “[...] o dizer não é propriedade particular. As palavras não são nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa em “nossas” palavras”.³¹

É importante observar, que nessa teoria além do conceito de interdiscurso há também o de intradiscurso. O primeiro pode ser entendido como dizeres já pronunciados antes em outro tempo e lugar, o já-dito (a memória), que atravessa o dizer do sujeito. O segundo se refere ao que o sujeito está expressando naquele momento de sua produção do discurso, ou seja, o instante da enunciação. Courtine (1981) define tais conceitos com base em dois eixos. Segundo o autor, no eixo vertical está o interdiscurso, que compreende todos os dizeres já falados e que constituem a memória discursiva de um indivíduo, que o autor denomina de (formulações /E/). O intradiscurso, para o autor, encontra-se no eixo horizontal (formulação /e/), ele o designa como o momento imediato da formulação, ou seja, quando o sujeito produz os seus enunciados, os quais são determinados pelo eixo vertical do interdiscurso, isto é, pelo já-dito.

Orlandi (2007a) elucida que o eixo vertical determina o eixo horizontal, pois para a autora “[...] só podemos dizer (formular) se nos colocarmos na perspectiva do dizível (interdiscurso, memória). Todo dizer, na realidade, encontra-se na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos”.³² Em outras palavras, de um lado, há uma discursividade já constituída no interior do sujeito, que determina o seu dizer. Ela está sedimentada nele e influencia e determina todo o seu falar no momento da enunciação. Por outro lado, há também a forma desconhecida (intradiscurso), que atualiza o dizer do sujeito. E é nesse momento da enunciação, que o dizer do sujeito pode ser o mesmo ou outro, por isso a autora assinala que é desse jogo que se tiram

³¹ ORLANDI, op. cit., 2007a, p. 32.

³² Ibidem, p. 33.

os sentidos.

Esses eixos do interdiscurso e intradiscurso (vertical e horizontal), propostos por Courtine, seguem representados a abaixo:

Gráfico 1: Interdiscurso e Intradiscurso.

Como foi demonstrado, o conceito de memória discursiva é muito importante, pois nos permite levar em consideração na leitura dos enunciados não somente aquilo que está dito nas linhas do texto, mas também aquilo que ali não está mencionado, ou seja, o não-dito. Isso ocorre, porque o sujeito ao produzir seus discursos não tem como controlar a quais redes de sentidos eles se filiam, o que não quer dizer que o sujeito não tenha uma intenção ou uma singularidade. O que estamos observando, respaldados em Orlandi (2007), é que “[...] só uma parte do dizível é acessível ao sujeito, pois mesmo o que ele não diz (e que muitas vezes ele desconhece) significa em suas palavras”.³³ Pêcheux observa que

³³ Ibidem, p. 34.

[...] o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc., não existe “em si mesmo” (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas).³⁴

Assim, os sentidos de um discurso não são dados nem pelos sujeitos e nem mesmo pela literalidade da palavra, mas pela relação de um enunciado com formulações já mencionadas anteriormente, o que implica, portanto, posições ideológicas e uma memória discursiva. O sujeito, ao enunciar, se filia a redes de sentido que o atravessam e se materializam em seus discursos, não é algo que se aprende conscientemente, mas que é realizado pela ideologia e o inconsciente.

1. 4 – A escolha do *corpus*

Os textos humorísticos que analisamos neste trabalho foram retirados de um *corpus* composto por setenta e nove publicações (que equivale a aproximadamente quinhentas piadas), das quais 26 números são do ano de 1935 (seis meses) e 53 do ano seguinte (doze meses).³⁵ Elas encontram-se publicadas na quarta seção de *Humor* do magazine *Berliner Illustrierte Zeitung* (*Jornal Ilustrado de Berlim*). O levantamento de tal material foi realizado no Centro de Documentação e Apoio à Pesquisa – CEDAP da Faculdade de Ciências e Letras – Campus Assis, de onde o material foi resgatado, transcrito e traduzido, como trabalho de Iniciação Científica ainda quando cursávamos a graduação.³⁶

Dado ao grande número de piadas publicadas nesse um ano e meio de jornal, em

³⁴ PÊCHEUX; FUCHS, op. cit., p. 146.

³⁵ Os números restantes (1-26) do ano de 1935 foram pesquisados pelo outro bolsista Anderson Augusto Roszik, durante a pesquisa credenciada junto à FAPESP no ano de 2003, na graduação.

³⁶ O projeto “O Humor no Nazismo” foi financiado pela agência de fomento FAPESP (processo n° 02/09034-0) sob a orientação da professora doutora Marlene Holzhausen.

torno de quinhentos chistes, foi preciso delimitar e selecionar apenas alguns textos humorísticos como material de análise. Para fazermos tal recorte nos respaldamos na teoria escolhida, a Análise do Discurso, a qual não se pauta na exaustividade do *corpus*, entretanto no que concerne aos objetivos e ao tema da pesquisa.³⁷ Destarte, adotamos como critério a importância de determinados temas difundidos no contexto histórico alemão dos anos 30 e que também aparecem como assunto eletivo nas piadas.

O primeiro desses temas que escolhemos como foco de análise é a figura do judeu. O “judeu” tem lugar privilegiado como matéria amplamente veiculada na propaganda antissemita do regime nazista, propaganda essa que foi uma das bases de sustentação desse sistema político. Assim, justifica-se a eleição desse veio temático como material a ser trabalhado nesta dissertação.

Outro tema recorrente que chama atenção, dado ao expressivo número de anedotas em torno do assunto, é a figura da mulher: dos 79 quadros pesquisados, 25 concernem à figura da mulher. Como essa imagem, na condição de baluarte dessa nova comunidade política, é muito explorada nas campanhas e propaganda nazifascistas, ela também será foco de nossa análise.

Gostaríamos de salientar também que a ordem em que as piadas são analisadas nesta dissertação não implica em nenhum critério de prioridade, relevância ou alguma finalidade especial. Nessa distribuição levou-se em conta apenas o ano e sua data de publicação. Assim, apresentamos primeiramente quatro textos humorísticos,³⁸ que possuem como tema questões relacionadas à figura do judeu. E logo em seguida analisamos mais seis textos humorísticos referentes à figura feminina. Em algumas dessas piadas temos desenhos, à guisa de caricaturas, que acompanham os textos.

³⁷ ORLANDI, op. cit., 2003.

³⁸ É importante salientar, que das aproximadamente 500 piadas publicadas, que correspondem a um ano e meio de jornal, somente quatro textos humorísticos se referem aos israelitas. Embora o número seja pequeno, essas piadas são importantes na medida em que elas refutam ou reafirmam a imagem do judeu construída pela propaganda nazista.

CAPÍTULO 2 – UMA ALEMANHA MODERNA, MARCADA POR DUAS GUERRAS MUNDIAIS

Wirklich, ich lebe in finsternen Zeiten!
Das arglose Wort ist töricht. Eine glatte Stirn
Deutet auf Unempfindlichkeit hin. Der Lachende
Hat die furchtbare Nachricht
Nur noch nicht empfangen.

Was sind das für Zeiten, wo
Ein Gespräch über Bäume fast ein Verbrechen ist
Weil es ein Schweigen über so viele Untaten einschließt!
Der dort ruhig über die Straße geht
Ist wohl nicht mehr erreichbar für seine Freunde
Die in Not sind?

Bertold Brecht

2.1 Antecedentes históricos

No século XX, a Alemanha se envolve em duas Grandes Guerras Mundiais, as quais provocam grandes mudanças no cenário político-econômico e sociocultural europeu. Em nossa pesquisa discurriremos sobre os fatos relevantes que compõem o momento histórico alemão do final do século XIX e início do XX até a eclosão da II Guerra Mundial, ocasionada pela Alemanha nazista. A exposição desse período, um dos mais pungentes e contraditórios da história alemã, tem como objetivo resgatar os fatos históricos que se mostram pertinentes ao perfil do presente trabalho.

No final do século XIX e início do XX a Alemanha encontra-se numa fase de progressos econômicos e tecnológicos. A unificação tardia consolida a consciência nacional e o papel crescente da classe média e intelectual marcará seu cenário socioeconômico e, conseqüentemente, político.

Enquanto outros países da Europa, no início do século XIX, já viviam um

momento de grande desenvolvimento industrial, crescimento econômico e busca de riquezas, visto que ampliaram as suas fronteiras para a África e a Ásia, a Alemanha ainda se encontrava num estado incipiente de industrialização e só se tornará um Estado realmente industrial 30 anos mais tarde. No entanto, este atraso em relação à Europa Ocidental vai sendo superado rapidamente e ao final do século XIX, a Alemanha já ultrapassa a França e a Inglaterra com o crescimento de sua indústria, sendo superada apenas pelos Estados Unidos.

Esse processo de industrialização repercute também na urbanização e no aumento populacional do país e, conseqüentemente, nas transformações sociais, assim como, num nível cada vez mais elevado de escolaridade no solo alemão. Segundo Reis Filho (1984)

[...] A Alemanha foi o primeiro país capitalista a empregar de forma sistemática a ciência como força produtiva. As universidades articulavam-se com as empresas industriais, financiadas por estas, e contribuíram decisivamente para o fantástico salto de produtividade industrial: um aumento médio de 50% entre 1890 e 1913.³⁹

Tal progresso é acompanhado também pelos operários das indústrias, que no decorrer dos anos se fortalecem e se organizam inclusive em sindicatos,⁴⁰ conseguindo “[...] sob a liderança do Partido Social Democrata Alemão (SPD) conquistas econômicas e sociais, e conseqüentemente também políticas”.⁴¹

Assim, a Alemanha, embora tivesse sido prejudicada pela partilha colonial, a saber, da África e da Ásia, “crescia sem colônias”. Mas, “[...] a nova burguesia alemã, dirigida politicamente pelos setores militaristas, reclamava da falta de “espaço vital”,⁴² indicando assim o desejo de se expandir e buscar novos mercados e matérias-primas de baixo custo.

Nesse sentido, países como Alemanha, França, Áustria, Inglaterra dentre outros, em fase de desenvolvimento, ao desejarem ampliar as suas fronteiras, desencadeavam, aos poucos, conflitos bilaterais no território europeu. Dentre estes podemos destacar as conquistas

³⁹ REIS FILHO, D. A. **A revolução Alemã, mitos & Versões**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1984, p. 60.

⁴⁰ A classe trabalhadora, após a derrubada da lei antissocialista pelo governo de Bismark, passa a organizar-se legalmente em sindicatos.

⁴¹ ALMEIDA, A. M. **A República de Weimar e a ascensão do nazismo**. São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 10.

⁴² Ibidem, pp.10-11.

da Prússia, no período de 1862 a 1871, sob o governo de Otto von Bismark.

Esse primeiro ministro empreendeu três guerras consecutivas contra a Dinamarca, a Áustria-Hungria e a França. E foi com esta última que Bismark ascende o entusiasmo no espírito nacional alemão e, assim, consegue anexar ainda outros territórios, ou seja, cidades livres e principados, constituindo, desse modo, o Segundo Império Alemão, ou *II Reich*, cuja soberania assentava-se no *Bundesrat* (conselho federal) e no *Reichstag* (poder legislativo). O chanceler alemão, durante seu governo, obteve ainda outras importantes conquistas, na política externa através do sistema de alianças, assinando um tratado com a Áustria e a Itália, que visava a se proteger contra a França e a consolidar o poder do *Reich*.

No entanto, em 1890, este líder conservador é destituído do cargo pelo imperador Guilherme II, que passa a exercer sua política pessoal e liberal no setor externo. Apesar de seu pouco conhecimento e experiência, o imperador dá início a uma política internacional e à corrida armamentista. O governo almeja, ainda que tardiamente, descobrir novas divisas e terras em que pudesse gerar mais lucro para a nova economia capitalista, ou seja, deseja a expansão colonial. Um aspecto importante desse momento que propiciou tal fato foi a atmosfera de intenso chauvinismo que havia no país. “[...] Para os alemães tratava-se, como escreveu Thomas Mann na época, de lutar “[...] por direitos de dominação e participação na administração do planeta” (1922, apud POLIAKOV, 1985, p.131).⁴³

No período de 1871 a 1900, as possessões coloniais dos países europeus se delineavam da seguinte forma: a Inglaterra possuía “[...] 11,5 milhões de quilômetros quadrados e 66 milhões de habitantes, a França ganhou 9 milhões de quilômetros quadrados e 26 milhões de pessoas, os alemães formaram um novo império com 13 milhões de nativos [...]” (1941, apud ARENDT, 1978, p.184).⁴⁴ Percebe-se, pelos números engendrados durante este período, a busca desenfreada de expansão econômica dos países mencionados.

⁴³ MANN, T, Betrachtungen eines Unpolitischen, In ____: **Gegen Recht und Wahrheit**. Berlin, 1922, p.176.

⁴⁴ HAYNES, C. H.H, **A Generation of Materialism**. Nova Iorque, 1941, p.237.

Arendt (1978) classifica essa fase do neocolonialismo como “[...] idade de ouro da segurança”, em que a Alemanha possui um “[...] estúpido militarismo”, a Áustria “[...] uma burocracia corrupta” e a França “[...] uma república hesitante em constante crise”, estando todos eles “[...] à sombra do poder do império britânico”. A autora aponta também para o fato de que esse foi um período “[...] em que mesmo os horrores eram ainda caracterizados por certa moderação e controlados por certa respeitabilidade e podiam, portanto, conservar alguma relação com a aparência geral de sanidade social”.⁴⁵

Esses comentários mostram que tais países, na busca incomensurável de poder e crescimento, estariam propensos a entrar em conflito em algum momento de sua história. Isso ocorre, efetivamente, em 28 de junho de 1914, quando o sucessor do trono austríaco é assassinado. Esse fato é considerado por muitos autores apenas como um pretexto para dar início à primeira grande guerra, visto que ela seria inevitável, dado ao panorama político internacional de rivalidade econômica, ambições colonialistas, busca de riqueza supérflua. A tensão crescente entre os países, os seus sistemas de alianças políticas e a corrida armamentista internacional, aliadas à expansão do capitalismo mundial, dentre outros, são outros fatores relevantes da questão.

Pode-se dizer que a deflagração da Primeira Guerra Mundial foi resultado de uma política imperialista somada ao fortalecimento da indústria bélica e tecnológica, que crescia desde o começo do século. Desse modo, o fim dessa “idade de ouro da segurança”, culmina no primeiro grande conflito armado mundial, que envolveria países do recente capitalismo industrial, apontando para o limite da sede por riqueza e poder das nações do mundo.

Hobsbawm (2009) nos aponta que este primeiro conflito mundial não teve a religião e a ideologia como agentes causadores da guerra, mas sim as metas sem limites dos beligerantes. De acordo ainda com o autor, os lados envolvidos neste conflito buscavam “[...]

⁴⁵ ARENDT, H. **O sistema totalitário**. Lisboa: Publicações D. Quixote, 1978, p.99.

mobilizar a opinião pública” [e alegar] “[...] algum profundo desafio de valores nacionais aceitos, como o barbarismo russo contra a cultura alemã, a democracia francesa e britânica contra o absolutismo alemão, ou coisas assim [...]”, a fim de justificar o seu envolvimento na guerra.⁴⁶

A Primeira Guerra Mundial (1914-1918) teve, de um lado, Alemanha e a Áustria-Hungria e, do outro lado, a França, a Inglaterra e a Rússia, com a participação decisiva dos Estados Unidos, em 1917. Os países que iniciaram o conflito já faziam uso dos mais modernos aparatos tecnológicos, como aviões, submarino, gás venenoso (arma química) dentre outros, fornecidos pela indústria bélica, embora não tivessem seus objetivos de guerra bem claramente definidos e delimitados.

Poliakov (1985) considera que o ano de 1916 foi um momento muito importante e decisivo no que concerne a esse conflito mundial, pois é quando o “[...] comando supremo passava das mãos do General Falkenhayn às do diunvirato Hindenburg-Ludendorff, o primeiro cobrindo com sua autoridade de herói nacional de Tannenberg as decisões do segundo, estrategista e organizador brilhante.” O autor menciona ainda que a partir desse momento “[...] a política militar alemã tomou um rumo novo, mais duro, já antecipando certas medidas nazista”.⁴⁷

Concomitante ao avanço da guerra na Europa, cuja solução não tinha previsão, visto que se tornava um conflito de trincheiras com constantes baixas humanas, evaporava-se também a euforia inicial dos beligerantes de uma guerra vitoriosa e de conquistas fáceis. Além disso, havia os reflexos deste conflito nas camadas populares da Alemanha, que sofriam restrições de toda ordem. Desde o desemprego, a inflação, a fome, e, conseqüentemente, a

⁴⁶ HOBBSAWM, E. J. **A era dos extremos**: o breve século XX, 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 37.

⁴⁷ Essas medidas que Poliakov (op. cit., p. 141) se refere são: o projeto de Tirpitz, aprovado pelo quartel-general, que consistia em “[...] uma guerra submarina total”. Ademais, esse quartel “[...] ordenava a deportação de 400.000 trabalhadores civis belgas” e o Ministério de Guerra promulgou em 11 de outubro de 1916 uma medida que “[...] prescrevia o recenseamento dos judeus mobilizados no *front* e na *retaguarda*.”

subalimentação e a insatisfação popular.

O conflito europeu ajudava ainda a patrocinar uma pressão e uma tensão cada vez mais explosiva na Rússia, que culminaria no movimento revolucionário de operários contra o governo czarista, que já se mostrava bastante frágil desde a última revolução em 1905, apontando para a Revolução de 1917.

O governo do Czar é derrubado e é formado um Governo Provisório, que não consegue atender às exigências do povo. Os operários reivindicavam melhores salários e a diminuição das horas de trabalho, os pobres queriam pão e os agricultores pediam terras e o fim da guerra. Além disso, havia o fato de as tropas alemãs estarem sempre mais próximas da fronteira do país. Assim, o Governo Provisório torna-se cada vez mais insustentável, visto que não consegue impor suas leis e decretos à população dissidente.

Em 1917, o Partido bolchevique recebe o apoio de grande parte do exército e tem uma maioria em várias cidades da Rússia, inclusive nas principais, como Petrogrado e Moscou. E ainda obtém o apoio do campesinato, que há muito tempo se mostrava descontente com o governo vigente. Tais fatos, somados à insatisfação popular, possibilitam a tomada do poder por Lenin e por seus correligionários, que se mantêm no governo, superando as crises interna e externa da Rússia soviética e dando início a uma nova era no país.

Nesse sentido, a Revolução repercutiu internacionalmente, disparando, conseqüentemente, a “[...] revolução proletária nos países ocidentais industrialmente mais desenvolvidos, onde estavam presentes condições para uma revolução socialista proletária”,⁴⁸ caso da Alemanha.

Destarte, em 1917, diante da situação militar em deterioração da Alemanha na guerra e dos resultados desastrosos do conflito, teve início no país um movimento de grande insatisfação popular, mais especificamente de marinheiros e soldados, considerados nesta

⁴⁸ HOBBSAWM, op. cit., p.64.

época importantes setores do operariado, que espalhavam a revolução alemã⁴⁹ em vários pontos do país. Entusiasmados com o exemplo da Revolução Russa, eles protestavam contra a exploração capitalista⁵⁰ e reivindicavam melhorias nas condições de vida e de trabalho assim como liberdade política e a proclamação da república.

Apesar das repressões policiais e das tentativas das autoridades de esvaziar o movimento, ele continuou com suas manifestações de greves e protestos e a Alemanha imperial de 1914-1917 sucumbiu, ao final da Primeira Guerra Mundial, devido ao descrédito e à abdicação de Guilherme II. Para Fest (1976), após esse grande conflito,

[...] nada parecia mais indiscutível do que a vitória do ideal democrático. Sem contestação aparente ele triunfava além das novas fronteiras, impondo-se à agitação e às disputas incessantes entre as nações, como o princípio sobre o qual, fossem quais fossem suas deficiências, a opinião geral na época se punha de acordo. Porque a guerra tinha expressado seu veredicto não apenas sobre uma certa forma de poder mas também acerca de um conceito de soberania: após o aniquilamento de quase toda a organização política da Europa central e oriental, a revolução e o tumulto tinham originado governos novos sob a égide das ideias democráticas.⁵¹

Desse modo, na Alemanha foi implantada a República de Weimar, cujo governo enfrentou desde seus primeiros anos uma crise quase ininterrupta com problemas tanto políticos quanto socioeconômicos em decorrência do conflito mundial.

Essa República teve como sistema de governo o modelo parlamentarista democrático, no qual o Presidente da República nomeia um chanceler, responsável pelo poder Executivo, enquanto o poder Legislativo é constituído por um parlamento, denominado *Reichstag*. O novo governo passou a ser dirigido por dois partidos operários: o Partido Social Democrata-SPD e o Partido Social Democrata Independente-USPD, cujos representantes

⁴⁹ A crise econômica gerada pela Primeira Guerra Mundial e a influência da Revolução Russa de 1917 foram as grandes causas para uma série de protestos dentro da Alemanha. Tais manifestações culminariam com a Revolução Alemã de 1919, cujos integrantes, muitos comunistas, fundaram no sul do país uma República Socialista. A revolução foi reprimida, mas contribuiu para a derrubada da monarquia e a implantação de uma República Democrática Alemã.

⁵⁰ Exploração Capitalista deve ser entendida aqui como uma concepção da teoria marxista, que vê o trabalho como uma forma de humanizar o homem. No entanto, o homem também pode ser desumanizado por este mesmo trabalho, e isso ocorre quando ele é explorado.

⁵¹ FEST, J. **Hitler**. Tradução Ana Lúcia Teixeira Ribeiro *et alli*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1976, p.99.

eram: Ebert, Schneidemann e Landsberg - do primeiro partido - e Dittman, Haase e Barth - do segundo. Tais representantes foram substituídos gradativamente nos anos posteriores, conforme a crise.

Da catástrofe da Primeira Guerra, a Alemanha não saiu só derrotada militarmente, mas também perdeu algumas regiões de grande importância e parte do seu potencial econômico, já que em 1918 não há resistência de autoridades em relação às subversões que ocorriam no país cujos rebelados pediam o fim do império. Imperador e príncipes abandonam seus tronos, levando os republicanos a assinarem o famoso Tratado de Versalhes, no qual a Alemanha assumia a culpa pelos danos causados a todos os países durante a guerra.

Neste documento, os Aliados, isto é, a França, a Inglaterra e os Estados Unidos, impunham à Alemanha diversas exigências como a devolução dos territórios por ela conquistados. O país foi compelido a devolver a Alsácia Lorena (aos franceses), o corredor polonês⁵² e as colônias na África e na Ásia. Além de sofrer outras penalidades tais como: foi permitida a ocupação do vale do *Ruhr* pelos franceses, o desarmamento do país, a proibição do *Anschluss* e ainda impôs-se ao perdedor uma dívida que deveria ser paga aos países aliados como uma forma de remediar as consequências da guerra.⁵³

Destarte, o governo republicano alemão, dirigido pelos sociais-democratas, encontra dificuldades para solucionar não só os problemas sociais e econômicos gerados pela Primeira Guerra Mundial (1914-1918), mas também em desfazer a imagem cética que as camadas populares tinham em relação à República. Mesmo retomando o desenvolvimento industrial, no decorrer da década de 20, a crise assume na Alemanha um papel assustador, uma vez que o desemprego atinge níveis elevados, alcançando a cifra dos milhões. A moeda

⁵² Corredor polonês é o nome dado a uma estreita região que se localizava entre a Polônia e a fronteira leste da Alemanha. Região de grande disputa e importância dada a sua saída para o mar, cujo porto é Dantzig. Esse corredor foi uma das regiões, que a Alemanha foi obrigada a devolver à Polônia após a Primeira Guerra Mundial, quando assinou o Tratado de Versalhes, e que seria recuperado em 1939 por Hitler.

⁵³ ALMEIDA, op. cit., p.39.

alemã tem o seu pior índice de desvalorização, em que milhões de marcos valem um dólar⁵⁴ e a inflação segue sempre em constante avanço.

Esse cenário tem como suas principais vítimas os assalariados e a classe média, já que para o setor industrial a situação é propícia para exportar seus produtos, por ter os menores preços em comparação aos do mercado mundial, fortalecendo, assim, as elites empresariais. No entanto, outras camadas da sociedade também se mostravam insatisfeitas e cada uma delas tinha suas próprias reivindicações. Reis Filho (1985) menciona que “[...] os generais conclamavam à resistência armada, os movimentos fascistas cresciam, atribuindo a responsabilidade da situação à república e ao sistema parlamentar, e propunham, como alternativa um governo forte, uma vontade firme, um chefe decidido”.⁵⁵

Assim, Peter Gay (1978) resume, caracterizando os primeiros quatro anos da República de Weimar como um período de crise quase ininterrupta, apontando como os principais fatores para isso:

[...] A guerra civil sangrenta, o ressurgimento dos militares como um fator político, o insucesso em desacreditar a aliança aristocrata – industrial que havia dominado o Império, a frequência dos assassinatos políticos e a impunidade dos assassinos políticos, a imposição do Tratado de Versalhes o Putsch Kapp, outras tentativas de subversão interna, a ocupação do Ruhr pela França (e) a inflação astronômica.⁵⁶

De acordo com esse autor, todos esses problemas contribuíam para fazer da república “uma farsa e uma fraude”. Entretanto, esse quadro de instabilidade começa a mudar a partir de 1923, quando Gustav Stresemann é nomeado chanceler na Alemanha. Esse governo consegue estabelecer acordo com os aliados e manter a moeda do país estável, embora a (hiper) inflação e a situação interna continuem as mesmas. Três anos mais tarde, com a economia um pouco mais estável, tem-se “[...] os “anos dourados” da cultura de Weimar [que]

⁵⁴ De acordo com Reis Filho (op. cit., p.33), a inflação tomou um ritmo alucinante na Alemanha, pois em abril de 1922 o dólar valia mil marcos, em novembro seis mil, em janeiro do ano seguinte 56 mil, em junho de 1923 200 mil, em agosto dois milhões, em cinco de setembro 20 milhões e em 20 de setembro 325 milhões.

⁵⁵ Ibidem, p.34.

⁵⁶ GAY, P. **A cultura de Weimar**. Tradução de Laura Lúcia Costa Braga. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, p. 24.

corriam a pleno vapor. O cenário político estava mais estável do que em qualquer outra ocasião desde 1918, e a extrema direita estava reduzida a um resto minúsculo de apoio eleitoral”.⁵⁷

Essa estabilização do governo, no que concerne à economia e à política, deu-se em grande parte devido ao Plano Dawes, firmado entre a Alemanha e os representantes dos países que haviam se envolvido no primeiro conflito armado mundial como a França, Inglaterra, EUA dentre outros.

O presidente da Conferência, o general norte americano Charles Dawes, e os demais participantes visavam por meio deste plano provisório viabilizar o pagamento das dívidas alemãs ocasionadas pela I Guerra Mundial, estabilizar a economia e a moeda alemã e recuperar o país economicamente. Além disso, o plano em seu relatório final visava contemplar ainda alguns pontos principais, tal como nos aponta Couto e Hackl (2007)

[...] a) a reforma monetária para estabilizar o marco; [...] b) a criação de novos impostos, para sanear o déficit público; c) a revisão dos valores das reparações (o montante a ser pago anualmente seria de 1 bilhão de marcos ouro nos quatro primeiros anos, e depois 2,5 bilhões pelos anos seguintes); d) os empréstimos oferecidos pelos Estados Unidos; e) a França tiraria parte de suas tropas da Alemanha; f) a reestruturação do *Reichsbank*, com a introdução de um grêmio fiscalizador.⁵⁸

Se por um lado os investimentos financeiros do referido plano proporcionaram à Alemanha sua recuperação e estabilização, já que possibilitaram ao país retomar a sua produção capitalista, reduzir os índices de desemprego, aumentar os salários dos trabalhadores e estabilizar-se internamente e pagar as dívidas de guerra. Por outro lado, este plano deixou a Alemanha totalmente dependente da Bolsa de Nova Iorque, uma vez que os investimentos aplicados no país eram provenientes dos capitais norte-americanos e ingleses.

Pode-se dizer que apesar das tentativas de Stresemann, com o Plano Dawes, que

⁵⁷ KERSHAW, I. **Hitler**: um perfil do poder. Tradução Vera Ribeiro; Revisão técnica e notas biográficas, Samuel Salinas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. 1993, p.51.

⁵⁸ COUTO, J.; HACKL, G. **Hjalmar Schacht e a Economia Alemã (1920-1950)**. Revista Economia e Sociedade - Vol.16 n.3, pp. 311-341, p. 325. Disponível em: www.eco.unicamp.br/ Acesso em: 22 jul. 2010.

seria substituído mais tarde pelo Plano Young⁵⁹, os resultados da política desse governo foram mais de “[...] recuperação psicológica do povo alemão do que de resultados concretos, já que tal política conseguiu atenuar o ódio e o ressentimento advindos do período da guerra, mas não dirimiu os problemas reais do país”.⁶⁰

Fato esse comprovado logo no ano seguinte, em 1929, quando ocorre a grande crise econômica mundial que se dá com a quebra da bolsa de Nova Iorque, a qual reflete suas consequências desastrosas um ano depois na Alemanha ao lançar grande parte da população ao desemprego, já que muitas indústrias e bancos não conseguem se manter e acabam falindo.

A forte crise desestabiliza a república e provoca o desgaste do poder político nos anos subsequentes, visto que o governo não consegue solucionar os problemas da inflação, da dívida externa e do desemprego no país. Assim, uma grande conturbação interna e política possibilitariam condições favoráveis para a ascensão ao poder do partido nazista, em janeiro de 1933.

De acordo com Fest (1976) as condições econômicas não são suficientes para explicar o que se passou na Alemanha com esta crise. Esse autor assinala que ela foi também

[...] um fenômeno psicológico. Cansadas do eterno sistema de opressão, ainda com sua resistência física consumida pela guerra, pela derrota e pela inflação, cansada também dos belos discursos democráticos e de seus constantes apelos à razão e à moderação, as pessoas agora se abriam livremente. A reação, a princípio, foi apolítica. O povo se resignava ante a fatalidade e o caráter impenetrável da catástrofe. A preocupação de assegurar a subsistência pessoal dominava tudo: era preciso ir diariamente aos escritórios trabalhar, fazer filas diante dos armazéns ou das sopas populares, lutar para obter alguns bocados de comida para sobreviver, e , ao lado disso, vaguear com apatia e desespero pelos cafés desertos, pelas esquinas das ruas e pelas residências sombrias, com a sensação de estar se dissipando a vida. [...] Um sentimento de desânimo total e do absurdo dominava tudo. Entre os fenômenos que acompanharam esta crise, convém assinalar uma onda de suicídios sem precedentes [...].⁶¹

⁵⁹ O Plano Young substituiu o Plano Dawes em fevereiro de 1929, sendo “[...] presidida pelo financista norte-americano Owen Young, a Conferência tinha duas questões importantes para serem resolvidas. A primeira referia-se ao valor que a Alemanha deveria pagar de reparações ao ano; a segunda dizia respeito à capacidade da Alemanha de transferir essa quantia em moeda estrangeira, de modo a não prejudicar o crescimento de sua economia.” (COUTO; HACKL, op. cit., p. 05)

⁶⁰ FEST, op. cit., p. 270.

⁶¹ Ibidem, p. 326-327.

O trecho enumera as diversas motivações de ordem psicológica que provocaram o sentimento de desânimo, que dominava as pessoas após a crise de 1929, levando muitas delas a preferir o suicídio a viver as agruras de um país em colapso. As vítimas eram desde banqueiros até famílias inteiras. Neste período a taxa de mortalidade subiu em mais de vinte cidades do país. Até as classes sociais mais baixas sentiam “[...] a pobreza não apenas como uma falta, mas ainda mais como uma marca aviltante de degradação social”.⁶²

O Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães – NSDAP, até então na oposição, aproveita-se da situação instável do país para sua caminhada rumo ao poder. Hitler e seus colaboradores desenvolveram a disseminação de sua propaganda intensamente e com grande sagacidade – embora ela já viesse sendo executada desde a fundação do partido – para conquistar as massas populares, que se encontravam no início dos anos 30 totalmente desamparadas, em uma confusão mental de insegurança, medo e sem qualquer forma de apoio, seja econômico, seja político.

De acordo com Lenharo (1995) “[...] algo muito forte percorria o interior da sociedade, agitava corações e mentes. Razões profundas levavam milhões de pessoas a concentrar seus investimentos afetivos nas promessas e palavras de ordem nazistas”.⁶³ Assim, faremos algumas considerações sobre esse movimento político de direita no próximo subitem dessa dissertação.

2. 2 – O movimento nacional-socialista nas décadas de 20 e 30

O Partido dos Trabalhadores Alemães (Deutsche Arbeiterpartei - DAP) nasceu em meio à crise do final da Primeira Guerra Mundial em meados de 1919, assim como muitos

⁶² Ibidem, p. 327.

⁶³ LENHARO, A. **Nazismo – O Triunfo da Vontade**. São Paulo, Editora Ática, 1990, p. 13.

outros partidos neste período. De acordo com Kershaw a fundação do partido nazista era apenas mais uma dentre as “[...] mais de setenta fundações de seitas políticas de extrema direita”, que havia no país, em 1919.⁶⁴ Sem expressão política e localizado no sul da Alemanha, esse partido teve como seus principais fundadores Anton Drexler e Karl Harrer.

Em setembro de 1919, Hitler passa a integrar o grupo e logo assume a direção do partido, cujo nome ele renomeia para Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães – NSDAP. Além da direção, Hitler cuida também do setor de propaganda e é o orador do partido. Assim através de seus comícios, sempre mais recorrentes, se amplia o número de membros e simpatizantes. Fato que possibilita que esse partido, por meio de contribuições financeiras de seus militantes e outras doações,⁶⁵ adquira ainda no ano de 1920 o seu primeiro jornal: *Völkischer Beobachter*, o qual seria um dos principais meios de propaganda dos nacional-socialistas nos anos vindouros.

Ao final do ano de 1921, o partido já possui a sua própria organização paramilitar, intitulada SA (*Sturmabteilung* – Divisões de Assalto), composta por ex-soldados do exército, comerciantes falidos, alguns aristocratas dentre outros, os quais têm como função defender os comícios nazistas de possíveis ataques comunistas. Tal organização cresce consideravelmente nos anos ulteriores chegando, no ano de 1932 a 1.414.000 integrantes.⁶⁶

Importa dizer que neste período de crise tanto econômica quanto política, os movimentos de direita ganham expressividade no país, pois embora pratiquem golpes, como o de Kapp⁶⁷ e assassinatos, como o dos ministros Erzberger e Rathenau, tais ações não recebem

⁶⁴ Kershaw, op. cit., 1993, p.44.

⁶⁵ Segundo Paxton (2007, p. 56) Freiherr Ritter von Epp foi um dos que forneceu metade do dinheiro para a compra do primeiro jornal nazista.

⁶⁶ Apesar dos números apresentados, – os quais foram retirados de Lenharo (op. cit., p. 23) – é importante observar que o partido não possuía uma unidade interna estável, visto que ele “[...] abarcava facções e interesses extremamente diversificados [entre seus integrantes], com fortes tendências centrífugas e desintegradoras”. (KERSHAW, op. cit., 1993, p.45)

⁶⁷ O golpe de Kapp ou *Putsch* de Kapp foi um movimento de direita realizado em 1920, por Wolfgang Kapp, que tinha por objetivo reverter o processo político. Este líder paramilitar de direita foi ajudado pelos *Freikorps* (Corpos de Voluntários). Eles tomaram o poder em Berlim, mas foram repelidos por uma greve geral de trabalhadores. Embora o golpe tenha fracassado, a direita não foi enfraquecida, ao contrário, obteve

punição do governo republicano, Gustav Bauer, e não são enfraquecidas politicamente. Ao contrário, elas obtêm apoio nas eleições de 1920, já que “[...] as forças de centro-direita receberam votação mais expressiva do que o SPD, socialdemocrata”.⁶⁸

Lenharo (1995) explana que isso ocorre porque

[...] O exército, de 100 mil soldados permitidos pelo Tratado de Versalhes, sob o comando de von Seeckt, assumiu uma postura aparentemente apolítica, convertendo-se numa força política à parte: não só favorecia a atuação dos grupos paramilitares financiados pelas grandes indústrias, mas também pressionava a justiça a não punir os culpados que mantinham a onda de atentados e assassinatos.⁶⁹

Assim, nos anos seguintes a 1920, a violência dos partidos de direita cresce desmedidamente em Munique e a situação de caos pode ser notada em todo o país, devido à hiperinflação, ao desemprego, à desvalorização da moeda e à ocupação do vale do Ruhr em 1923 (região que foi concedida pelo Tratado de Versalhes aos franceses e aos belgas, como pagamento de guerra). Esses fatos contribuem para as greves, os levantes revolucionários e os movimentos contra a república, os quais são reprimidos e dissolvidos pelo governo nacional.

Essa conjuntura de grande instabilidade da República de Weimar leva Hitler, em 1923, a planejar, com o apoio do general Ludendorff e outros nacionalistas, o sequestro de líderes do governo bávaro. O plano era obter o amparo de tais autoridades contra o governo nacional de Berlim. Entretanto, apesar de conseguir sequestrar as autoridades na cervejaria *Bürgerbräukeller* de Munique, o golpe fracassa, pois os membros do governo, a polícia e o exército não se rendem e reprimem o movimento, sendo Hitler e os demais membros presos e julgados no ano de 1924. O ocorrido fica conhecido como “Putsch de Munique” e após esse episódio Hitler torna-se conhecido em todo país. Ademais, nos meses em que permanece na prisão de Landsberg ele escreve *Mein Kampf*.⁷⁰

expressividade nas eleições de 1920, já que as forças políticas de centro direita obtiveram mais votos do que o partido social democrata alemão (SPD).

⁶⁸ LENHARO, op. cit., p.20.

⁶⁹ Ibidem, p. 20.

⁷⁰ Traduzido para o português como *Minha Luta*, esse livro será comentado no decorrer deste trabalho.

Nos anos seguintes, de 1924 a 1929, a república vive um período de certa estabilidade e de recuperação econômica, devido ao plano Dawes⁷¹. As forças extremistas da Alemanha sofrem uma perda considerável de apoio eleitoral. Fato que pode ser notado nas eleições de dezembro de 1925, quando tais partidos só na Baviera perdem “[...] perto de 70% dos seus partidários”.⁷²

No entanto, esse clima de estabilidade do governo não fez com que os partidos de direita alemã recuassem, apenas amenizaram a violência e continuaram a alimentar o entusiasmo nacionalista. Nos quase cinco anos de recuperação econômica do país, o partido nazifascista consegue ampliar seu número de integrantes, saltando de 27.000 em 1925 para 389.000 em 1930⁷³, e o número continuaria a subir nos anos seguintes.

Com o advento da crise de 1929, o partido oferece não apenas números no que diz respeito aos militantes do NSDAP, mas também “[...] uma nova receita de governo, contando com o apoio popular, sem implicar numa divisão do poder com a esquerda, e sem representar qualquer ameaça aos privilégios sociais e econômicos e ao domínio político dos conservadores”.⁷⁴

Ademais, não se deve esquecer que as ideias difundidas pelo nazismo eram revolucionárias em relação ao *status quo*: ofereciam não só melhores salários aos trabalhadores, mas também apregoavam a superioridade da raça ariana. Os seus discursos buscavam culpar os responsáveis pelo acordo do Tratado de Versalhes, responsabilizando-os pela atual situação de caos da nação. Pode-se dizer que este documento funcionou tanto para reavivar o nacionalismo quanto serviu de base da propaganda do partido nazista, bem como o antissemitismo.

O eficiente sistema de propaganda do partido começa realmente a ganhar

⁷¹ Esse plano de recuperação econômica encontra-se explanado na página 43 desse capítulo.

⁷² FEST, op. cit., p. 270.

⁷³ Dados retirados de LENHARO, op. cit., p. 21.

⁷⁴ PAXTON, op. cit. p. 176.

importância a partir de 1928, quando Goebbels assume sua direção. Por meio de suas técnicas propagandísticas – como o cinema⁷⁵ – passa a ter o apoio popular, já que muitos viam no discurso nazifascista uma nova alternativa e um novo modelo para recomeçar, em especial os jovens, que se sentiam atraídos pelos tons revolucionários e “[...] pelo romantismo de um movimento que operava sempre no limite extremo da legalidade e permitia aos menos escrupulosos⁷⁶ avançar um pouco além”.⁷⁷ Além do apoio popular, Hitler contava também com apoio dos grandes industriais e do exército.

Outro elemento relevante que deve ser observado e que aponta para a credibilidade do partido neste período diz respeito ao livro *Mein Kampf* publicado na Alemanha, em 1925. Inicialmente adquirido somente por membros e simpatizantes do partido nazista, ele alcança grande sucesso de vendas entre os alemães depois do *crash* de Wall Street, quando são vendidos 54 mil exemplares do livro. E os números continuariam a subir nos anos subsequentes em virtude das conquistas de sufrágios do partido no parlamento. Símbolo de adesão nazista, a obra torna-se, anos mais tarde, um dos best-sellers alemães.⁷⁸

A “bíblia” nazista, como o livro foi chamado, atinge uma vendagem de 12.450.000⁷⁹ no fim do *III Reich*. E em suas páginas podem-se ler os verdadeiros objetivos de Hitler em relação ao país, ao povo, às minorias e a sua política externa, dentre outros

⁷⁵ Cf. KRACAUER, S. *De Caligari a Hitler. Uma história Psicológica do cinema alemão*. Trad. Tereza Ottoni. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988, p. 321.

⁷⁶ Após o malogrado golpe de Estado de 1923, praticado por Hitler e por outros membros nazistas na cidade de Munique, conhecido como *putsch* de Munique, os nazistas sabiam que não conseguiriam chegar ao poder através da ilegalidade. Desse modo, esse acontecimento levou Hitler e seus correligionários a não tentarem buscar o poder pela força, no entanto, dentro da constitucionalidade legal, isto é, no “limite de legalidade”, já que o grupo nacional-socialista nunca abandonou a violência seletiva. Já o termo “os menos escrupulosos” deve ser entendido aqui como aqueles membros do partido, que eram capazes de violências arbitrárias e de assassinatos contra aqueles, que julgassem serem inimigos nazistas.

⁷⁷ FEST, op. cit., p. 333

⁷⁸ É importante lembrar que o livro *Mein Kampf* foi amplamente difundido na Alemanha. Se antes da ascensão do nazismo ele era adquirido somente por membros, simpatizantes e colaboradores do partido, após 1933 as autoridades incitavam prefeituras, bibliotecas públicas, escolas e empresas a comprarem o livro. Em alguns casos ele torna-se leitura obrigatória, caso da Wehrmacht e das instituições para jovens sob o comando nacional socialista. A obra foi publicada também em outros quatorze países como Espanha, Hungria, Brasil, China, Japão, Holanda, Dinamarca, Itália, Estados Unidos, Inglaterra dentre outros, os quais compraram os direitos de tradução da editora Eher-Verlag a partir de 1933. Exceção feita à França, onde o livro circulou ilegalmente. O conteúdo político inscrito em suas páginas no que tange ao povo francês teria sido um dos motivos da decisão da Editora e do próprio autor, no período. (VIKTINE, 2010)

⁷⁹ Ibidem, p. 54.

assuntos. Todavia, para o autor francês Antonie Viktine (2010) *Mein Kampf* foi tratado com indiferença desde 1925, ano de sua publicação, tanto pelos dirigentes quanto pelos adversários políticos alemães, sendo subestimado com menosprezo e sarcasmo pelos redatores de diversos jornais, como *Frankfurter Zeitung*, *Tagebuch* de Berlim, *Neue Züricher Zeitung*, dentre outros. O autor pondera ainda que as autoridades da Alemanha só começam a se interessar pelo conteúdo do livro à medida que os nacional-socialistas obtêm os seus primeiros êxitos eleitorais.

E isso ocorre nas campanhas eleitorais de 1930, quando o partido dos nazifascistas consegue um número de cadeiras impressionante no *Reichstag* perfazendo um total de 107 cadeiras. Resultado que o torna o segundo maior partido da Alemanha.⁸⁰ Entretanto, esse número ainda subiria para 230 cadeiras dois anos mais tarde, apontando o crescimento e a importância do partido dentro do país. Cabe ressaltar que alguns fatos positivos justificaram esse apoio, como por exemplo: a filiação de Walter Funk⁸¹ ao partido, a legalização das SA⁸², o apoio dos proprietários de terra, o recrudescimento das batalhas de ruas, dentre outros.

Em 1932, o partido nazista torna-se cada vez mais forte politicamente. Isso se dá à medida que a crise avança e o número de desempregados alcança a cifra de seis milhões, ou seja, quase um terço do total de trabalhadores do país. De acordo com Lenharo “[...] esse cenário social é suficiente para demonstrar a perda relativa do papel político que os sindicatos desempenhavam para enfrentar as forças nazistas em ascensão”.⁸³

Destarte, em 29 de janeiro de 1933, o presidente Hindenburg nomeia Adolf Hitler como o novo chanceler do país, e assim, esse estadista passa a contar não só com o apoio das massas, mas também com o respaldo da elite alemã. Os historiadores e as muitas literaturas

⁸⁰ Com um total de 6,4 milhões de sufrágios. Dados retirados de VIKTINE, op. cit., p.38.

⁸¹ O financista Walter Funk foi atraído pelo movimento nazifascista em 1931, quando passou a integrá-lo. Neste período, ele foi o intermediário do partido com os banqueiros. Em 1937, tornou-se o ministro da Economia Alemã e ocupou esse cargo até o término da guerra, em 1945, quando foi preso.

⁸² Ver p. 46.

⁸³ LENHARO, op. cit., p.25.

pós Segunda Guerra Mundial apontam para o fato de que os conservadores acabam por alçar esse regime, extremamente violento, ao poder movidos por interesses pessoais e por acreditar que o controle do ditador nazista seria extremamente fácil.⁸⁴

Para os conservadores “[...] os seus diplomas universitários, sua experiência em questões públicas e seu refinamento mundano lhes conferiam uma fácil superioridade sobre os toscos nazistas. [Hitler] fascinaria as massas, pensavam eles, enquanto o vice-chanceler Von Papen governaria o Estado”.⁸⁵ No entanto, nos meses ulteriores após a posse do líder nazista, que ocorreu em 30 de janeiro de 1933, ele contraria as expectativas dos conservadores e firma a sua autoridade enquanto chefe de Estado dentro do país, já que amplia seu poder pessoal com sua perspicácia política e com alguns acontecimentos, que o favoreceram politicamente.

O incêndio do *Reichstag*⁸⁶ foi um destes acontecimentos que legitimou a postura repressiva do governo nazista contra todas as organizações ditas subversivas (como a dos comunistas, nomeados culpados pelo ocorrido) e contra todos aqueles que eram contrários ao regime, tais como: os inimigos políticos, os intelectuais, os escritores, as personagens importantes no meio cultural alemão e a imprensa.

A solução encontrada pelos líderes nazistas para o ocorrido no parlamento alemão foi a implantação de um Decreto de Emergência,⁸⁷ (que foi assinado por Hindenburg em fevereiro de 1933), cujo artigo 48 rezava não só a suspensão dos direitos e liberdades

⁸⁴ Ver PAXTON, op. cit. KERSHAW, op. cit, VIKTINE, op. cit.

⁸⁵ PAXTON, op. cit., p.213.

⁸⁶ A Assembleia Nacional Alemã, Reichstag, foi incendiada em 27 de fevereiro de 1933 e os comunistas foram nomeados os culpados por tal acontecimento, já que um membro comunista foi encontrado no local e assumiu a autoria do atentado. Seu nome era Marinus van der Lubbe. No entanto, há controvérsias sobre a autoria do atentado. Arendt (2008) elucida que Hitler apresenta a velha mentira propagandística ao acusar os comunistas, pois em Berlim um dia após o ocorrido todos sabiam o que realmente havia ocorrido. Göring, em 1934, segundo a autora, deu uma declaração em que dá a entender claramente, que foram os próprios nazistas quem haviam praticado tal ato, mas não esclarece qual foi o motivo de tal atitude. Arendt (op. cit., p. 313) aponta que tal objetivo só foi descoberto após a derrocada do nazismo nas atas das reuniões ministeriais do Reich que se referem a 30 janeiro e 15 março de 1933, (documento acessível ao público após a guerra). Segundo esse documento, os nazistas queriam eliminar os votos dos comunistas, pois precisavam “[...] conseguir a maioria dos terços necessária no próprio Reichstag para aprovar a lei plenipotenciária que autorizava a burla da Constituição de Weimar e a transferência da função legislativa do Reichstag para o gabinete do Reich”.

⁸⁷ Esse decreto chamou-se “Decreto para a Proteção do Povo e do Estado”, no entanto, ele não buscava proteger a população, mas permitir que os policiais nazistas disseminassem o terror e agissem sobre a Alemanha de forma indiscriminada, prendendo e punindo qualquer pessoa, que o partido julgasse pertencer aos comunistas.

personais, mas também a liberdade de expressão, de associação e de imprensa, a dissolução dos sindicatos, o estabelecimento do primeiro campo de concentração em Dachau etc. Por meio desse documento, Hitler tinha liberdade para agir de forma quase ilimitada. Ademais, ele passou a ter o controle sobre o poder de polícia de todos os estados alemães.

Após tais conquistas do partido, a população não tinha mais amparo legal nem de policiais, nem da justiça e nem de qualquer outro tipo de autoridade, já que “[...] os Camisas Marrons irrompiam em tribunais e expulsavam advogados e magistrados judeus, ou saqueavam os escritórios e os jornais esquerdistas” [sem sofrer qualquer tipo de sanção].⁸⁸

Como demonstram os fatos nomeados, os métodos utilizados pelo governo federal nos primeiros anos de poder foram, sobretudo, o terror e a violência arbitrária e irrestrita, na medida em que suprimia seus dissidentes não só da vida política ou social, por meio de prisões sumárias, mas também os eliminava fisicamente. Lenharo (1995) observa que depois da cerimônia de queima de livros realizada em praça pública em 1933, as medidas de violência nacional-socialistas passaram a ser constantes nos anos seguintes. O autor assinala algumas delas, de acordo com ele

[...] Hitler decreta [ainda no ano de 1933] a saída da Alemanha da Liga das Nações. No ano seguinte, os nazistas patrocinam o assassinato do primeiro ministro austríaco Dollfuss, mas não conseguem tomar o poder em Viena. Em 1935, tem início o rearmamento do país – uma violação ao tratado de Versalhes. É desse ano também a aprovação de leis racistas contra os judeus. Pelas leis de Nuremberg, os judeus não mais poderiam se casar ou manter relações sexuais com indivíduos de sangue alemão ou assimilado.⁸⁹

É importante salientar que ainda no ano de 1933, Hitler amplia seu poder, sendo a ele delegado o poder Legislativo, pela Lei Capacitadora⁹⁰. Em 1934, após a morte de Hindenburg, o líder nazista assume também o cargo de presidente, tornando-se assim

⁸⁸ PAXTON, op. cit., p. 180.

⁸⁹ LENHARO, op. cit., p. 33.

⁹⁰ A Lei Capacitadora foi votada pelo parlamento alemão em março de 1933, e o líder nazista obteve dois terços de votos favoráveis, o suficiente para ele exercer além do poder Executivo, que já lhe era próprio, também o poder Legislativo, que lhe permitia governar sem precisar responder nem ao parlamento nem ao presidente Hindenburg, durante um período de quatro anos. É importante observar que os comunistas não participaram dessa votação, já que haviam sido acusados do incêndio do Reichstag, como já esclarecemos na nota 83.

plenipotenciário. Neste mesmo ano manda assassinar alguns membros recalcitrantes de seu próprio partido mais especificamente da SA, além de outros dissidentes políticos. Esse ocorrido fica conhecido como “Noite das Facas Longas”.

No ano seguinte, seis meses após o assassinato do chanceler austríaco Dolfuss pelos nacional-socialistas, a situação da política alemã fora do país era de alerta. No mesmo ano, os nazistas realizam um plebiscito no país para a anexação do Sarre à Alemanha, região que, desde 1920, pertencia à França de acordo com o Tratado de Versalhes. Neste plebiscito, o governo recebe da população um percentual de mais ou menos 91% de votos favoráveis e anexa a região ao país, transgredindo assim o documento de paz da Primeira Guerra Mundial.

E ainda, apesar dos protestos da Liga das Nações, Hitler começa a rearmar o país, e assim busca não só violar o acordo internacional novamente, mas também restituir o poder das forças armadas da Alemanha. Inicia-se, desse modo, o recrutamento militar obrigatório, que lhe seria útil alguns anos mais tarde.

Ao patrocinar a indústria de guerra, ou seja, o rearmamento, os nazistas geravam também milhões de emprego, conseguindo assim amenizar a inflação e a crise econômica, que assolavam o país. Outro investimento do governo para a criação de empregos estava nas obras públicas. Elas foram criadas com as construções de rodovias e grandes monumentos dentro do país. Ademais, deve-se acrescentar que essa política favoreceu também os empresários não só com os contratos de venda de armas, mas também com a extinção dos sindicatos e, consequentemente, do movimento trabalhista alemão.

Apesar de tais iniciativas, no início de 1936, o partido nazista precisou enfrentar uma série de problemas relacionados à sua política econômica interna, além de precisar solucionar outros de ordem externa. De acordo com Kershaw (1993), internamente a crise assentava-se em conjecturas como:

[...] sobre um provável aumento adicional de desemprego, do inquietante declínio de popularidade em virtude das dificuldades ligadas ao abastecimento de gêneros

alimentícios, da intensificação das atividades da oposição comunista clandestina e de uma queda na moral do Partido; [E externamente a crise estava relacionada ao] [...] relativo isolamento da Alemanha, que não dispunha de aliados ou amigos sólidos.⁹¹

Esses fatos prejudicam a imagem do partido tanto na frente política interna quanto na externa. Entretanto, tais questões são dirimidas pelo regime com: a invasão da Renânia; a criação do plano Quadrienal – cujo propósito é uma completa autossuficiência econômica –; o esmagamento da oposição interna e o papel central da Gestapo-SS, no que concerne às questões de segurança nacional. Esses acontecimentos ajudam a fortalecer o regime dentro do país.

Já no plano externo, o ditador alemão presta auxílio militar ao general Francisco Franco da Espanha na Guerra Civil Espanhola (1936-1939). Esse conflito foi caracterizado como uma revolta contra o governo vigente do país e possibilitou ao líder nazista condições de testar seus novos armamentos e acabar com a República Socialista Espanhola. Ao final, o resultado obtido foi o de milhares de mortos e ainda um acordo formal chamado de “Eixo Berlim-Roma”, que representava uma aproximação entre a Alemanha nazista e a Itália de Mussolini. Ainda no que concerne à política externa, o líder alemão, neste mesmo ano, também estabelece aliança com o governo japonês através do Pacto anti-Comintern.⁹²

Ademais, deve-se aventar que no ano de 1936, a cidade de Berlim é sede dos jogos olímpicos. Para evitar um boicote das Olimpíadas, o governo alemão não se opôs aos competidores da delegação americana, a qual contava com participantes negros e judeus. Apesar de Hitler e seus correligionários ocultarem sua política interna repressora, algumas diretrizes permaneceram em vigor tal como a proibição de todas as notícias sobre as vitórias de negros em jornais alemães.

Conforme afirma Klemperer (2009) “[...] nesse evento internacional o Terceiro Reich fez muita questão que o mundo o visse como a liderança cultural do mundo

⁹¹ KERSHAW, op. cit., p.128.

⁹² Ibidem, p. 128.

civilizado”⁹³ e que a Alemanha convivia harmonicamente com as diferentes raças. Por isso autorizou a participação da judia Hélène Meyer, campeã de florete, em uma das modalidades esportivas. O governo intencionava ainda mostrar ao mundo e ao povo alemão a sua superioridade enquanto “raça” ariana no esporte⁹⁴, ocultando assim a real situação do país, que era de violência e perseguição àqueles dissidentes partidários e às etnias ditas “inferiores”.

No ano de 1938, o projeto político de expansão territorial delineado por Hitler não enfrentou grandes dificuldades nem interna nem externamente para ser colocado em prática. Pois logo no início do ano, o ditador coloca à prova as democracias ocidentais ao entrar na Áustria e estabelecer o *Anschluss*. No começo do ano de 1939, anexa também os Sudetos tchecos.

Embora violasse os acordos internacionais, como o Tratado de Versalhes e posteriormente o pacto de Munique⁹⁵, com tais manobras políticas, o dirigente nazista consegue fortalecer a sua posição de chefe de estado e alcança grande popularidade no país, pois impressiona o povo com sua capacidade em solucionar problemas mal resolvidos desde a Primeira Guerra Mundial sem uma nova guerra, ou seja, derramamento de sangue. No exterior, o clima é de tensão, mas os dirigentes de países como a França e a Inglaterra acreditam serem as anexações desses territórios as últimas reivindicações de Hitler. A imagem do estadista alemão para tais governantes é de um homem moderado, pragmático e pacífico. Semelhante visão, todavia um pouco mais mistificada, foi também compartilhada por muitos

⁹³ KLEMPERER, op. cit., p. 350.

⁹⁴ Entretanto, essa tese da superioridade dos alemães em relação aos outros povos, foi refutada pelo desportista negro americano Jesse Owens, que conquistou neste evento “[...] quatro medalhas de ouro em corridas, o que jamais tinha acontecido numa Olimpíada”. (BARTOLETTI, 2006, p.46)

⁹⁵ Após Hitler se apoderar da região sudeta, os líderes da Inglaterra, da França e da Itália se reúnem com o chanceler alemão em Munique para tentar estabelecer uma solução para o ocorrido. Os primeiros ministros Neville Chamberlain pelo Reino Unido e Édouard Daladier pela França buscam evitar um novo conflito armado e conter a política imperialista de Hitler. Ao ceder às exigências do governo alemão apoiado por Mussolini e optar por uma política de apaziguamento, as potências ocidentais assinam o pacto de Munique em que elas reconhecem a região como conquista alemã e a promessa de Hitler de não mais reivindicar ou invadir outros territórios.

alemães.⁹⁶

Ao que tange à questão antissemita – que Hitler iniciara antes mesmo de se tornar chanceler –, o “judeu” era apontado nas propagandas nazistas como o responsável por todos os males do mundo, “o inimigo universal”, “o usurário da terra inteira”, “o inimigo hereditário” e “o senhor do anti-mundo”. Para Fest (1976) “[...] Hitler fez do judeu a encarnação de todos os vícios e de todas as angústias imagináveis”,⁹⁷ ou seja, o líder nazista elegeu não somente um inimigo, mas a encarnação do próprio mal no judeu. O ditador encontrou um culpado para todos os problemas da Alemanha, sendo essa uma das principais bases da sua propaganda.

Assim, em 1935 são publicadas as *Leis de Nuremberg*, documento que restringe e segrega o povo judeu dentro e fora da Alemanha.⁹⁸ Entretanto, é importante observar que o antissemitismo já era um problema mal resolvido no país desde o início do século XIX. Esse período deve ser brevemente focado aqui, porque fatos e concepções estabelecidos neste momento da história refletiriam suas consequências posteriormente na sociedade alemã, isto é, no século XX, quando Hitler encontra eco e um solo extremamente favorável junto à população alemã no que diz respeito a este assunto.

Para Goldhagen (1997) as Leis de Nuremberg mostravam clara e detalhadamente “[...] a eliminação dos judeus da existência civil e social na Alemanha, avançando bastante no sentido de separá-los de forma irrevogável dos demais membros do Volk”.⁹⁹

E isso acontece no decorrer dos anos ulteriores, uma vez que os judeus não só perdem suas posições sociais e cargos da vida pública, mas também vão gradativamente

⁹⁶ VIKTINE, op. cit.

⁹⁷ FEST, op. cit., p. 09.

⁹⁸ De acordo com a autora Arendt (op. cit., p.378) as pessoas destituídas de seus direitos não perderam só a proteção governamental e a condição legal dentro do seu próprio país, mas também fora dele, na medida em que os acordos internacionais e os tratados de reciprocidade “[...] possibilita[m] ao cidadão de qualquer país levar consigo a sua posição legal, para onde quer que vá.” No caso de um “[...] cidadão alemão sob o regime nazi não poderia nem no exterior contrair um casamento racialmente misto devido as leis de Nuremberga”.

⁹⁹ GOLDHAGEN, D. J. **Os carrascos voluntários de Hitler**: o povo alemão e o Holocausto. Tradução de Sérgio Koizman. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 110.

sendo privados de seus bens, suas famílias e suas vidas ao serem apontados como “um mal a ser eliminado” e levados para os guetos e, posteriormente, para os campos de concentração, onde são assassinados em larga escala.

Contudo, a xenofobia alemã aos judeus já era comum na sociedade alemã antes mesmo de o nazismo ser implantando no país, e estava embutido em todas as classes sociais. Para muitos historiadores o antissemitismo alemão se inicia antes mesmo do período dos *pogroms*¹⁰⁰ (época das Cruzadas), que ocorreu em meados de 1096, momento em que ocorre um grande massacre de judeus, visto que eram considerados inimigos da igreja.

Dessa época em diante, segundo Sorlin (1974) torna-se cada vez mais comum a espoliação e a morte de judeus, sendo necessária muitas vezes a intervenção de autoridades¹⁰¹ para protegê-los. No decorrer dos anos subsequentes, o antissemitismo torna-se sempre mais latente na Alemanha e os judeus passam a ser, conseqüentemente, cada vez mais segregados e humilhados seja com a imposição dos guetos no século XII ou com as expulsões no começo do século XV de países como a Áustria, a Baviera e a Saxônia por causa da epidemia da Peste Negra, pela qual os judeus eram nomeados responsáveis.

Ainda de acordo com o autor estes acontecimentos “[...] por insignificantes que pareçam, eles refletem a mentalidade que reinava na época contra os judeus: os ataques são instantâneos; procura-se a causa no judeu e inventa-se uma lenda qualquer para justificar a acusação”.¹⁰² Sorlin (1974) menciona ainda que “[...] somente no último terço do século XIX os judeus se tornam, perante a lei, criaturas humanas no sentido pleno. A Confederação da Alemanha do Norte suprime todas as desigualdades em 1869; em 1871 estas decisões são

¹⁰⁰ A palavra *pogroms* segundo registra o dicionário Houaiss (p. 2246) é de origem russa. De acordo com este o termo significa “[...] série de pilhagens, agressões e assassinatos cometidos contra uma comunidade ou minoria, especialmente os judeus, e geralmente com beneplácito das autoridades.” Uma segunda acepção que o citado dicionário oferece da palavra se refere a “[...] todo o movimento popular de violência dirigido contra uma comunidade étnica ou religiosa; carnificina ou massacre, genocídio organizado, especialmente de judeus.”

¹⁰¹ É importante mencionar que as autoridades muitas vezes tinham interesses peculiares para proteger os judeus, visto que impunham à comunidade judaica pesados tributos.

¹⁰² SORLIN, op. cit., p.32.

estendidas a todo império alemão”.¹⁰³

Entretanto, nem por isso os judeus deixam de ser marginalizados, visto que a partir deste momento, embora a brutalidade da Idade Média deixe de existir, as limitações se impõem no âmbito profissional, já que os judeus só podiam exercer funções que não eram almejadas pelos alemães como, por exemplo, as profissões liberais, o jornalismo, a política, o comércio e as agências financeiras etc.

Após a Primeira Guerra Mundial, algumas dessas profissões tornam-se “psicologicamente penosas e insustentáveis” para os judeus, dada a pressão social e as publicações antissemitas que fervilham no país. Poliakov (1985) cita que,

Se, na República de Weimar, os judeus em geral sofreram apenas problemas psicológicos, tiveram de abandonar cedo [...] o cenário político. Ao mesmo tempo o exército e a universidade, as duas velhas cidadelas, reforçavam suas defesas. Ora, se em 1919 os jovens judeus não aspiravam a se manter de uniforme, continuavam a ocupar as cátedras e outras posições universitárias. Empresa desesperada, nos informa Max Weber, que escrevia logo após a guerra, a propósito das ambições científicas dessa ordem: “Se se trata de um judeu, diz-se a ele naturalmente: lasciate ogni speranza”.¹⁰⁴

Todo esse sentimento antissemita, que então ressurgia novamente após a guerra, não era sentido só no que diz respeito às profissões e aos estudantes judeus, mas também atingia outros setores da vida social. Poliakov, que nesta época era ainda uma criança, relata que embora não houvesse nenhum incidente antissemita na escola, na rua eles eram numerosos. Como exemplo ele cita que meninos “[...] traçavam cruzes gamadas [no asfalto] em grande número, às quais replicavam timidamente algumas estrelas de Davi”.¹⁰⁵ E acontecia ainda de perguntarem a ele se era judeu, ao que ele dava uma resposta qualquer, sem receber nenhuma agressão séria apenas alguns empurrões. Poliakov revela ainda que “[...] o ano de 1923 foi o início de uma epidemia de profanação das sinagogas e dos cemitérios – três em 1923, dezessete em 1924, cento e setenta e três ao todo de 1923 a

¹⁰³ Ibidem, p. 38.

¹⁰⁴ POLIAKOV, op. cit., p. 314.

¹⁰⁵ Ibidem, p. 313.

1932”.¹⁰⁶

É interessante observar também o que diz o escrito de um deputado judeu, Georg Davidsohn, que viveu no período. Segundo ele “[...] os anti-semitas sabem muito bem que após uma guerra, sobretudo quando ela alcança as dimensões desta guerra mundial, a procura de pára-raios se torna considerável [...]. Quando haverá o primeiro *pogrom*, em Berlim ou em outro lugar da Alemanha?” (1969 apud POLIAKOV, op. cit., p. 145).¹⁰⁷ Essa fala nos aponta a gravidade das paixões antissemitas no país, que segundo Golo Mann (1966) foi muito mais intensa no início dos anos 20 do que em qualquer outro período da história do país.

Podemos perceber pelo que foi expresso até aqui, que o antissemitismo já estava arraigado não só na vida política e cultural alemã, mas também na estrutura moral da sociedade, sendo reacendido após o primeiro grande conflito mundial. Portanto, as perseguições e as discriminações sofridas pelos judeus, que ocorreram durante o período nazista, eram tidas como uma atitude correta pela sociedade, pois esta, desde o início do século XIX, acreditava que o povo judeu representava o símbolo do errado, de seres “malevolentes”, “perigo para o bem estar do país” dentre outras coisas. Essa visão depreciativa contribuiu para “[...] a crença axiomática na necessidade de ‘eliminar’ os judeus e o judaísmo da Alemanha como única solução para o problema”.¹⁰⁸

Hitler (1983) em seu próprio livro, *Mein Kampf*, já deixara claro sua vontade de dizimar a comunidade judaica da Alemanha. Em dois trechos desse livro pode-se notar tal desejo do líder nacional-socialista, por exemplo, quando ele diz

[...] Povos que se tornam bastardos ou se deixam contaminar, atestam contra a vontade da Providência, e seu aniquilamento não é uma injustiça e sim um restabelecimento de direito. [...] a chefia do judeu na questão social se manterá até o dia em que uma campanha enorme em prol do esclarecimento das massas populares se exerça instruindo-as sobre sua miséria infinita, ou até que o Estado aniquile tanto o judeu como sua obra.¹⁰⁹

¹⁰⁶ POLIAKOV (op. cit.) retira tais dados da obra de PROSS, H. **Die Zertötung der deutschen Politik**. op. cit., pp. 260-261.

¹⁰⁷ ZECHLIN, E. **Die deutsche Politik und die Juden im ersten Weltkrieg**, Goettingen, 1969, p. 550.

¹⁰⁸ GOLDHAGEN, op. cit., pp. 92-93.

¹⁰⁹ HITLER, A. **Minha Luta**. São Paulo, Editora Moraes, 1983, pp. 95-96.

Nesta última citação está expresso o vaticínio sobre o destino que estava reservado ao povo judeu na Alemanha. Essa é a meta assumida pelo próprio Hitler ao tornar-se chefe de Estado do país em 1933. Ele exorta, cada vez mais, o povo a ver no judeu o culpado pelas dificuldades da nação. Em um de seus discursos, em 1939, antes de dar início à Segunda Guerra Mundial, anuncia que “[...] caso os financiadores judeus [...] consigam novamente arrastar os povos a uma guerra mundial, o resultado será [...] a aniquilação da raça judaica da Europa” (1948 apud ARENDT, 1978, p.442).¹¹⁰

Ademais, um dos focos da propaganda nazista estava em desumanizar o judeu e promover um estereótipo ainda mais negativo desse povo frente à comunidade alemã. O judeu era associado a dois tipos de imagens diferentes. A primeira relacionada à figura de demônio, cujas raízes remontam ao antissemitismo cristão. E a segunda a imagem de parasita e animal, tais como vermes, ratos, insetos, vírus e bacilos, que viviam de outras nações e culturas, já que não possuíam a sua própria. De acordo com a literatura mais importante do período para os nacional-socialistas, Hitler (1983) expõe:

O judeu [...] é e será sempre o parasita típico, um bicho, que, tal qual um micróbio nocivo se propaga cada vez mais, assim que se encontra em condições propícias. A sua ação vital igualmente se assemelha à dos parasitas, onde ele aparece. O povo, que o hospeda, vai se exterminando mais ou menos rapidamente. [...] A consequência final, entretanto, não é só a morte da liberdade dos povos oprimidos, mas também a morte desse parasita internacional. Após a imolação da vítima, morre, também, cedo ou tarde, o vampiro.¹¹¹

No que diz respeito a esse assunto Viktine (2010) acrescenta que o antissemitismo de Hitler era

[...] tão visceral [...] que esta visão [de animalização], martelada pela propaganda nazi, é que mais tarde permitiria aos carrascos nazi imaginar que, exterminando a população judaica como se fosse gado, inclusive os recém-nascidos, estavam na realidade protegendo a humanidade ou eliminando seres nocivos.¹¹²

¹¹⁰ GOEBBELS, J. **The Diaries 1942-1943**, Louis Lochner, editor, Nova Iorque, 1948.

¹¹¹ HITLER, op. cit., pp. 135 e 143.

¹¹² VIKTINE, op. cit., p. 26.

Não resta dúvida de que o antissemitismo, a xenofobia e o racismo disseminados constantemente na imprensa alemã e transformados em dogma contribuíram para extirpar os judeus da Alemanha sem grandes obstáculos. Apesar de tantas ameaças sobre o que seria feito com os judeus, inclusive com a formalização de tais ideias com o livro *Mein Kampf* e, posteriormente, com a publicação das Leis de Nuremberg muitos judeus permaneceram no país, acreditando se tratar de mais um governo que os espoliaria e os limitaria a leis antissemitas, como ocorrera em tempos anteriores.¹¹³

No entanto, após a promulgação dessas leis, a situação da comunidade judaica passa a se agravar gradativamente dentro do país. Primeiramente são humilhados por qualquer cidadão dito “ariano” nas ruas. Depois são obrigados a viver em guetos e usar a estrela amarela (estrela de Davi). Mais tarde são presos de forma cruel e humilhante pelos soldados da SS (*Schutzstaffel* – Tropas de proteção) e extintos nos diversos campos de concentração situados dentro (como Dachau) e fora do país, como Auschwitz, Treblinka, Sobibor dentre outros.

Arendt (1978) aborda em seu livro *As origens do Totalitarismo* a questão da arbitrariedade do terror e como as vítimas para tais práticas foram escolhidas. No governo nazista ela foi “[...] determinada pelas diferenças raciais e pela procedência sócio-econômica (classe)”, diferentemente da prática soviética, que qualquer um podia “[...] tornar-se vítima de terror policial”.¹¹⁴

De acordo ainda com a autora “[...] os judeus, antes de se tornarem as principais vítimas do terror moderno, constituíam o centro de interesse da ideologia nazi”¹¹⁵ e seguiam a velha teoria do bode expiatório, que se respaldava na crença religiosa, na qual o judeu seria

¹¹³ De acordo com Kershaw (2010), num primeiro momento os judeus – bem como os adversários políticos do regime – tinham maus presságios em relação ao que poderiam sofrer e buscaram deixar o país, todavia muitos outros acreditavam que Hitler não governaria a Alemanha por muito tempo, não sendo, portanto, motivo de preocupação.

¹¹⁴ ARENDT, op. cit., p. 49.

¹¹⁵ Ibidem, p. 49.

sempre culpado independentemente de suas atitudes serem boas ou más, pois essa culpa já estaria ligada ao seu destino desde os tempos mais remotos da história.

As atrocidades que ocorriam dentro do país com os judeus, com os dissidentes políticos, com as mulheres ditas “inferiores” e também com os doentes mentais – sendo esses últimos impedidos de viver porque não podiam gerar descendentes sadios – foram medidas que se estenderiam e seriam implantadas também nos países invadidos pelos nazistas.

Viktine (2010) enfatiza em *Mein Kampf: a história do livro* que todo o projeto nacional-socialista de violência e conquista executado por Hitler já havia sido enunciado nas páginas de *Mein Kampf*. O que esse estadista fez foi somente colocá-lo em prática gradativamente a partir de sua nomeação como chanceler da Alemanha.

O autor menciona ainda que a imprensa nazista estimulava a compra e a leitura do livro desde 1925 e que em fevereiro de 1933, logo após Hitler ser nomeado para o poder executivo do país, o jornal *Völkischer Beobachter* lança um encarte sobre o livro e nele interroga o leitor sobre o futuro do país e salienta mais uma vez que as respostas poderiam ser encontradas nesta produção do líder nazista. Assim, o editor diz:

Que fará Hitler? Perguntam-se hoje milhões de alemães. Para sabê-lo, basta ler o seu livro. Desse modo, você poderá conhecer seus objetivos e sua vontade. Ninguém, seja amigo ou adversário, pode continuar indiferente a este livro. [Em dezembro do mesmo ano o jornal anuncia que] [...] O livro de nosso *Führer* contém para o presente e para o futuro os princípios definitivos das concepções nacional-socialistas; ele é indispensável para todo alemão e para quem quer que queira entender os mistérios de nossa doutrina; constitui a própria essência do nacional-socialismo e deve tornar-se a partir de agora a bíblia do povo alemão.¹¹⁶

Apesar de todas as ideias nazistas estarem difundidas no livro e os alemães serem instigados constantemente a ler tal obra, muitos cidadãos, depois da guerra, alegam que somente possuíam o livro, mas não o tinham lido. Mesmo que pouco se possa provar sobre a recepção e a leitura de *Minha Luta* na Alemanha, já que há raros estudos sobre isso, há algo verdadeiro que se pode ponderar, em consonância com Viktine (2010): Se o livro não foi lido

¹¹⁶ VIKTINE, op. cit., p. 51.

na íntegra, parte dele era de conhecimento dos alemães, visto que vários trechos deste eram reproduzidos diariamente nos periódicos alemães. E ainda que “[...] os chefes setoriais e os pequenos executivos nâzis recheavam de citações seus discursos aos habitantes locais”. Além disso, eram “[...] distribuídas braçadeiras com citações de *Mein Kampf*”.¹¹⁷ Todos esses fatos mostram que “[...] o livro impregnou a vida cotidiana, sem que fosse necessário lê-lo na íntegra”.¹¹⁸

Diferentemente de muitos alemães, que apenas compraram o livro e não o leram em sua totalidade e/ou ainda não levaram a sério as ideias difundidas nas páginas de *Mein Kampf*, dirigentes políticos internacionais como Churchill¹¹⁹ (Inglaterra), Stalin (Rússia), Roosevelt (Estados Unidos) e de Gaulle (França) consideravam o teor de tal livro realmente preocupante. Eles e ainda o futuro Papa Pio XII¹²⁰ obtiveram informações importantes sobre os planos e as intenções totalitárias e belicistas hitlerista, mas nada fizeram antes de 1939 para aplacar o ditador.

Faz-se mister observar também que Hitler sempre apregoou em seus discursos a paz e a reconciliação, jamais revelando suas intenções belicistas às potências ocidentais e, de certa forma após ocupar o cargo de chanceler alemão, receava uma ampla divulgação de seu livro no exterior. Quando questionado sobre as ideias contidas em seu livro de memórias por jornalistas de outros países, como o francês Jouvenel, Hitler declarava simplesmente que escrevera *Mein Kampf* na prisão, em período de grande tensão entre os dois países, por causa do vale do *Ruhr*, mas que o momento era de reaproximação franco-alemã.¹²¹

Em 1938, após a anexação da Áustria, Churchill escreve em seu diário o seguinte trecho: “[...] A agressão ocorreu. Hitler, seguindo exatamente o processo exposto em *Mein*

¹¹⁷ Ibidem, p. 51.

¹¹⁸ ALMEIDA, op. cit., p. 132.

¹¹⁹ É importante observar que Winston Churchill assumirá o cargo de primeiro ministro britânico em 1940. Quando Hitler torna-se chanceler da Alemanha, Churchill é apenas um deputado inglês.

¹²⁰ Como pode ser constatado no filme *Amen*, dirigido por Costa Gravas - vencedor do Oscar francês de melhor roteiro - produzido no ano de 2002. Esse filme discute e reflete sobre o papel polêmico assumido pela Igreja católica durante o nazismo.

¹²¹ VIKTINE, 2010.

Kampf, rompeu os laços de boa vontade que o ligava aos estadistas ingleses e franceses, que tanto se haviam esforçado por acreditar em sua palavra” (1948 apud VIKTINE, op. cit., p.76).¹²² E um ano depois, com a invasão da Tchecoslováquia, ele limita-se a citar Hitler em seu diário: “[...] A História, escreveu ele em *Mein Kampf*, nos ensina que as nações que cederam uma vez ante a ameaça das armas sem serem constrangidas a isso aceitarão a pior humilhação para evitar um novo apelo à força”.¹²³

Nesse sentido, Hobsbawm (2009) observa que Hitler alcança seus objetivos seja na Alemanha seja fora dela, em grande parte, porque muitos países, considerados importantes na Europa, como França e a Inglaterra, agiam de acordo com seus próprios interesses. Para este autor, tais países evitavam e não desejavam se envolver em uma nova guerra, já que haviam perdido inúmeras vidas em combate e tiveram as suas economias arrasadas pelo conflito mundial de 1914.

A não intervenção destes países e o seu não questionamento às atitudes de Hitler colaboraram para que, em 1938, ele consiga restabelecer o *Anschluss*, isto é, vincular a Áustria oficialmente ao *Reich* alemão. Depois dessa anexação, o líder nacional-socialista, que já rearmava o país, continua a reclamar outros territórios sob o argumento nacionalista de que tais territórios haviam sido retirados da Alemanha pelo Tratado de Versalhes.

A cada nova conquista o ditador tranquiliza as potências ocidentais com encontros com chefe de Estados. Desse modo, somente em outubro de 1939, ao invadir a Polônia, foi que a Inglaterra e a França declararam guerra à Alemanha, dando início, assim, a Segunda Guerra Mundial, a qual lançou

[...] a Europa numa guerra que acabaria por tragar grande parte do mundo. Antes de ela chegar ao fim, a humanidade havia sofrido não apenas as barbaridades costumeiras das guerras, desta vez alçadas a uma escala sem precedentes pela tecnologia e pela paixão, mas também a tentativa de extinguir, por meio de um

¹²² *Journal politique*, Amiot-Dumont, 1948, pp.36-39.

¹²³ VIKTINE, op cit, p.115.

massacre em escala industrial, todo um povo, sua cultura e sua própria memória.¹²⁴

Por meio das palavras de Paxton (2007) pode-se observar que o segundo conflito mundial não foi só uma experiência traumática como o primeiro, ocorrido em 1914, mas o quase genocídio de um povo. O conflito foi a concretização da política totalitária de Hitler já esboçada em seu livro e proferida constantemente em seus discursos em campanha na Alemanha.

Para concluir, é importante frisar o que disse Elie Wiesel (1995) sobre esse período. Para este autor “[...] Essa época foge, até agora, a qualquer compreensão humana [na medida em que] tão desumanamente cegos foram os seus impulsos, tão terríveis suas consequências”.¹²⁵

Reiteramos que o contexto histórico traçado por nós neste capítulo não é um estudo aprofundado desta época histórica da vida alemã, procuramos apenas apresentar o levantamento de alguns aspectos históricos, os quais irão nos auxiliar no desenvolvimento do nosso trabalho.

Cabe ressaltar que o levantamento desses aspectos históricos mencionados neste trabalho vão ao encontro da base teórica do trabalho, a Análise do Discurso, que dá ênfase especial às condições de produção, e nos vão auxiliar a relacionar os textos humorísticos ao contexto sócio-histórico alemão da década de 30. Pois, como já mencionamos, interessa-nos ver no nazismo mais do que um regime autoritário e um acontecimento histórico; nesta pesquisa, é importante observá-lo enquanto acontecimento discursivo que, por meio de textos como as piadas, produziram efeitos (de sentido) que afetaram a história e a sociedade alemã como um todo.

¹²⁴ PAXTON, op. cit., p. 20.

¹²⁵ WIESEL, E. **Kadish**: história do holocausto. Tradução Roberto Raposo. São Paulo: EBLC, 1995, p. 247.

CAPÍTULO 3 – A PROPAGANDA COMO VEÍCULO POLÍTICO E O PERCURSO DO PERIÓDICO *BERLINER ILLUSTRIRTE ZEITUNG*.

[...] a propaganda, a manipulação racional do irracional, constitui um privilégio dos totalitários. Os que se opõem aos mesmos não deveriam imitá-los de um modo que apenas se voltará contra eles próprios. [...] Tudo o que acontece pela via da propaganda permanece ambíguo.

Theodor W. Adorno

[...] A arte da propaganda reside justamente na compreensão da mentalidade e dos sentimentos da grande massa. Ela encontra, por forma psicologicamente certa, o caminho para a atenção e para o coração do povo.

Adolf Hitler

3.1 - Considerações sobre a propaganda e o papel da imprensa na Alemanha nazista

Refletir sobre o papel da propaganda nos regimes autoritários ou fascistas¹²⁶ significa compreender que tais governos não só buscaram o controle absoluto, no que se refere ao domínio dos meios de comunicação, mas também tinham como objetivo a dominação da sociedade por dentro, ou seja, para o nazismo era fundamental trabalhar a propaganda “[...] até que as pessoas capitulassem diante” [do regime].¹²⁷ Em outras palavras, até que as pessoas estivessem realmente convencidas e influenciadas das ideias do governo, sendo assim uniformizadas tanto em suas ações quanto em suas opiniões.

A visão de Hitler sobre os efeitos da propaganda política em relação ao povo envolvia diversos meios como o visual, o psicológico e o emocional. Ao perscrutarmos os primeiros passos de Hitler na arena política, que ocorre em meados de 1919, quando passa a integrar o recém-fundado Partido dos Trabalhadores Alemães, considera a propaganda como o

¹²⁶ Conforme Paxton (op. cit., p. 24) “As ditaduras autoritárias governam por meio de forças conservadoras preexistentes e buscam mobilizar a opinião pública, ao passo que os fascistas governam por meio de um partido único e tentam gerar entusiasmo público.”

¹²⁷ KERSHAW, op. cit., p. 100. A citação do autor na íntegra é : “Até que as pessoas se capitulem diante de nós.”

setor primordial do partido e imediatamente assume a sua direção.

Mais tarde, nas páginas de *Mein Kampf*, ele expõe seus argumentos sobre a importância da propaganda e de sua recepção sobre as massas. Nesse livro, Hitler tece uma série de considerações fundamentais acerca da propaganda, preceitos nos quais os nacional-socialistas se respaldariam anos antes e após a tomada do poder, em 1933. Essas considerações são encontradas mais precisamente no capítulo XI, intitulado “propaganda e organização”, no qual o autor esboça que

[...] a doutrina pura corresponde melhor à psicologia da maioria da humanidade, comodista e covarde; [...] a constante preocupação da propaganda deve ser no sentido de conquistar adeptos; [...] 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 vitória de uma ideia será mais fácil quanto mais intensa for a propaganda; [Para Hitler a propaganda] [...] incessantemente terá de esclarecer as massas sobre as novas idéias, atraí-las para as suas fileiras, ou pelo menos, abalar as crenças em voga.¹²⁸

Pelas asserções do autor, os meios para moldar e controlar o povo advêm da propaganda, que deve ser utilizada tanto no sentido de conquistar a população quanto no sentido de guiá-la por meio de uma só doutrina, que o líder nazista chama de doutrina pura, no caso, a do próprio nazismo.¹²⁹ Para Hitler, as massas adotavam como suas opiniões, ideias e concepções falsas, as quais eram veiculadas pela imprensa e pelos governantes, sendo assim facilmente manipuladas. Isso ocorria, de acordo com o ditador nazista, porque era conveniente ao povo “comodista e covarde” não ler ou se informar sobre assuntos nacionais, mas somente inteirar-se sobre aqueles a respeito do quais já tinham algum conhecimento ou ideia prévia.

Hitler deixa bem claro nessas linhas citadas, a importância da propaganda para doutrinar as massas. Segundo esse porta-voz nacional-socialista, quando se promove uma ideia nova, esta deve ser de fácil compreensão e repetida amiúde por meio da propaganda, visto que assim ela é capaz de granjear novos adeptos ou, no mínimo, “abalar as crenças em

¹²⁸ HITLER, op. cit., pp.362-363.

¹²⁹ Essa doutrina visava uma comunidade nacional alemã unificada, solidária e chauvinista, cujo objetivo primordial era uma Alemanha forte e expansionista. E ainda livre de judeus, marxistas e bolchevistas.

voga” da comunidade a quem ela se dirige. Essa reiteração constante de uma ideia clara e objetiva era fundamental para o NSDAP, visto que, segundo seu dirigente “[...] a capacidade de compreensão do povo é muito limitada, mas em compensação a capacidade de esquecer é grande”.¹³⁰

Nesse sentido, o que se fará por meio da propaganda é utilizar a imprensa, as organizações partidárias, os eventos, as reuniões, os comícios e os demais meios e recursos para convencer as pessoas das ideias do partido, já que para o regime “[...] a força política forma a própria vontade do povo, da qual emana”.¹³¹

Como exposto, Hitler e seus correligionários sabiam que para atrair o povo para as suas ideias e doutrina era necessário conquistá-lo pelo viés da propaganda. Nesse sentido, utilizou com maestria as diversas técnicas e recursos propagandísticos já existentes, dando-lhes a sua própria marca. Dentre esses recursos, podemos citar os discursos, os símbolos, os hinos (ou as músicas), as bandeiras, os uniformes, cartazes, etc., ou seja, todos os signos que levavam o povo a se identificar como membros do partido nacional-socialista.

A partir dessa perspectiva, no decorrer dos anos seguintes, o partido trabalhará a propaganda buscando ampliar seu poder; ela será uma das bases de sustentação do seu sistema. Assim, no final do ano de 1920, o NSDAP adquire um jornal já em circulação, chamado *Völkischer Beobachter*, o qual se torna o seu veículo de propaganda. O objetivo dos nacional-socialistas por meio deste periódico era transmitir informações imbuídas de sua ideologia, ajudando-os, assim, a buscar adeptos e a expandir as ideias de seu programa que, dentre outros pontos, se baseavam no antissemitismo, no chauvinismo exacerbado, na formação de um Estado alemão forte.

No tocante a este jornal é necessário salientar ainda que ele foi um meio importante para construir o mito e o culto ao líder nazista. Nesse periódico ele era retratado

¹³⁰ HITLER, op. cit., p.121.

¹³¹ SCHMITT, C. **O conceito do político**. Tradução de Álvaro L.M.Valls. Petrópolis: Vozes, 1992, p.29.

como alguém “[...] em reuniões eleitorais, grandes comícios”, um homem ocupado e “carismático”, que muitos nem sequer conheciam pessoalmente, mas somente através da imprensa.¹³² Além do mencionado periódico, o partido soube utilizar e explorar insígnias como a suástica, a águia e a bandeira, e ainda, formas de cumprimento identitárias como a saudação “Heil Hitler” utilizadas por pessoas como os militantes da SA (e posteriormente, os SS), que através de seus uniformes e seus desfiles também contribuíram como meios propagandísticos para legitimar e identificar os nazifascistas, distinguindo-os de outros grupos políticos.

Sob a perspectiva histórica, a propaganda política de massa remonta à Revolução Francesa, mas abordaremos neste trabalho somente as fontes que afetaram diretamente a propaganda nazista. Dupeux (1989) expõe que “[...] além da propaganda de guerra já bem organizada em 1918” ainda outras cinco fontes contribuíram para fomentar os pressupostos ideológicos nazistas.¹³³

A primeira pode ser encontrada no simbolismo e nos mitos, elementos aos quais o país atribuiu grande importância e estudos no período da República de Weimar. A segunda fonte aponta para o livro do francês Gustave Le Bon, cuja obra “Psicologia das Massas” foi traduzida para o alemão em 1908. Tal livro teria sido lido e teria influenciado líderes autoritários como Hitler, Lenin e o ditador Stalin, na medida em que tais chefes de Estado teriam tido acesso a esse teórico social e usado sua tese de que “[...] as paixões surgiam e se fundiam numa massa de pessoas, que então, podiam ser facilmente manipuladas”.¹³⁴ A

¹³² KERSHAW, op. cit., pp. 54-55.

¹³³ DUPEUX, L. **História Cultural da Alemanha 1919-1960**. Tradução de Elena Gaidano. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989, pp.228-229.

¹³⁴ PAXTON, op. cit., p.66. No caso da Alemanha nazista, os meios de persuasão utilizados para incutir as paixões e manipular as pessoas foram diversos – tais como os símbolos, a imprensa, cartazes, boletins, opúsculos, brochuras, cartazes, cinema, rádio etc., – mas dois dos mais importantes foram os discursos e as imagens. Hitler (op. cit., p. 295-297) sabia que os discursos “[...] são capazes de falar ao coração do [...] povo e fazê-lo obedecer a sua vontade”. Ele sabia que o falar de maneira clara, “[...] a forma de expressão [utilizada], a escolha de ilustrações simples, de fácil compreensão, são provas evidentes da extraordinária capacidade política [para doutrinar as massas]. O líder nazista sabia também que a imagem “[...] proporciona[va] mais rapidamente, quase de um golpe de vista, a compreensão de um fato [...]”. Daí a importância de usá-las constantemente em

terceira influência da propaganda nazista pode ser detectada no modelo do fascismo italiano, que divulgava sua mensagem através de cenografia moderna como a de Mussolini em seus carros; já a quarta fonte de persuasão teve a liturgia católica como inspiração, no que tange às suas cerimônias, as quais também foram adotadas amiúde nos encontros nazistas. Como quinta e última influência o autor aponta para a propaganda comunista de Lenin, a qual apela ao sentimento, buscando “[...] suscitar o descontentamento, a indignação da massa”.¹³⁵

Além dessas fontes expostas, a propaganda nazista contava ainda com um colaborador inovador, Goebbels, que a partir de 1928 assume a direção da propaganda nazista, dando a ela as mesmas diretrizes de Hitler, mas inovando em técnicas propagandísticas mais eficazes. Esse jornalista foi hábil em firmar uma imagem positiva tanto do partido quanto de Hitler no país, dada a conjectura adversa da Alemanha após a crise causada pela Depressão de 1929.

Kershaw (1993) versa que a propaganda deste colaborador nazista abrangia tudo, desde os lemas de campanha até a campanha presidencial. O autor assinala que todas as ações tinham uma “orquestração central”, todas a enfatizar os aspectos locais ou regionais alemães. Este autor menciona ainda que a propaganda nacional-socialista teve grande êxito a partir de 1930, pois exibia técnicas inovadoras que impressionavam as massas, como atesta a seguinte passagem:

[...] na segunda campanha eleitoral de 1932, quando um avião foi alugado para levar Hitler a seus comícios eleitorais, com o *slogan* “o Führer sobre a Alemanha”. A imagem sugeria um mundo moderno, tecnológico, mas um mundo em que os verdadeiros valores alemães seriam resgatados e predominariam. Acima de tudo, a imagem que a propaganda nazista retratava reiteradamente era a de poder, da força, do dinamismo e da juventude – uma marcha inexorável para o triunfo, um futuro a ser conquistado pela confiança no Führer.¹³⁶

Pode-se afirmar que as técnicas de propaganda de Goebbels foram eficazes não só

suas propagandas.

¹³⁵ DUPEUX, op. cit., p. 229.

¹³⁶ KERSHAW, op. cit., p.59.

no imaginário dos indivíduos, visto que apelavam para o efeito moderno e mágico de Hitler vindo das alturas “[...] como um Deus descendo sobre a Terra” (1977, apud LENHARO, op. cit., p.46),¹³⁷ mas atuaram também para promover o sucesso político das campanhas eleitorais do ano de 1932, momento em que os nacional-socialistas se tornaram o maior partido do parlamento alemão. Ademais, o uso do meio cinematográfico, nas palavras de Goebbels, foi “[...] um dos meios mais modernos e científicos de influenciar as massas”.¹³⁸

No entanto, não se pode reduzir a propaganda nazista apenas a uma ferramenta que visou angariar adeptos e a proporcionar sua conversão política. Ela buscou ser muito mais do que isso, seu objetivo era modelar os indivíduos, colocando-os como elementos que possibilitariam e constituiriam a sociedade totalitária. A estratégia era fazer com que os membros nazistas, e posteriormente a sociedade como um todo, se tornassem uma grande “comunidade nacional” alemã.

Destarte, no ano de 1933 tem-se a assunção de Hitler ao cargo de chefe do Estado alemão e a propaganda adquire novas nuances. Diehl (1996) em *Propaganda e Persuasão na Alemanha Nazista* aponta que a propaganda nazifascista pode ser dividida em duas fases distintas. Para a autora a primeira ocorre antes da ascensão do partido ao poder, isto é, período que começa em 1919 e vai até 1932 e a segunda a partir do triunfo nazista, em 1933.

Na primeira fase, o objetivo do NSDAP foi o de obter novos membros e levar a população a conhecer o partido. Ou seja, almejava-se conquistar as massas, as pessoas comuns e, para isso, figuravam em sua propaganda os principais dogmas do partido: o antissemitismo, o nacionalismo, a noção de comunidade, o caráter revolucionário, sendo evitadas situações radicais e prevalecendo a harmonia.

Na segunda fase, o enfoque do partido é fazer com que as “[...] fronteiras do mundo totalitário se [alarguem] para toda sociedade alemã, que passa a ser forçada, por meio

¹³⁷ GUÉRIN, D. **Fascismo y gran capital**. Madrid: Editorial Fundamentos, 1977, p. 103.

¹³⁸ LENHARO, op.cit., p.52.

da propaganda e do terror, a compartilhar do imaginário nacional-socialista”.¹³⁹ Nesta segunda fase, os argumentos da propaganda são radicais: os inimigos devem ser combatidos e eliminados. Diehl (1996) aponta ainda que neste segundo momento a propaganda “[...] se aproxima da doutrinação e da crença religiosa”.¹⁴⁰

Arendt (1978) em seu livro *As origens do Totalitarismo* teoriza que os regimes autoritários veem na propaganda o seu instrumento mais importante para enfrentar o mundo não totalitário e que o terror e a violência são a “[...] própria essência da sua forma de governo”. A autora menciona também que “[...] se a propaganda é parte integrante da guerra psicológica, o terror é-lhe ainda mais inerente”.¹⁴¹

Portanto, pode-se afirmar que no período nazifascista, desde sua ascensão ao poder, dois recursos foram utilizados constantemente pelo governo hitlerista no país: a violência e a propaganda. O primeiro buscava liquidar e amedrontar inimigos políticos e dar veracidade às mentiras utilitárias do partido. O segundo visava convencer e converter a população como um todo ao ideário nazista. Desta maneira o domínio dos meios de comunicação torna-se um elemento fundamental para solidificar as ideologias do regime no seio social.

A partir de 1933, as diretrizes, que haviam sido delineadas por Hitler e Goebbels anos antes da subida ao poder, passam a entrar em vigor pelo órgão oficial de propaganda do partido. Essas oito diretivas¹⁴², que seguem arroladas abaixo, foram traçadas por tais membros nazistas para mostrar como a propaganda, a partir de então, deveria atuar nessa nova comunidade alemã nazifascista.

1. “evitar ideias abstratas”, pois o líder nazista não desejava mais que filosofassem sobre o nazismo, “[...] como Rosenberg era propenso a fazer”. A mensagem deveria “[...] ser

¹³⁹ DIEHL, op. cit., p. 85.

¹⁴⁰ Ibidem, p.88.

¹⁴¹ ARENDT, op. cit., p.436.

¹⁴² (1986, apud SZNITER, 1996., p.68.) Essas diretrizes encontram-se no livro de JOWETT, G. S. E; O'DONNEL, V. **Propaganda and Persuasion**. Newbury Park, Sage, 1986, pp. 228-229.

formulada de forma simples do preto no branco”.¹⁴³

2. “apelar aos aspectos emocionais do público”, uma vez que o nazismo visava anestesiar as pessoas, conduzindo-as na direção dos propósitos do governo. Os sentimentos do público eram instigados através de espetáculos políticos, desfiles militares, nas fotos expostas nos mais diversos jornais e ainda por meio dos entusiásticos discursos públicos ou radiofônicos de Hitler;

3. “repetir constantemente algumas poucas ideias, usando frases estereotipadas” para que a população se imbuísse delas como algo verdadeiro, criando assim uma realidade artificial. Por meio desse recurso as mensagens passariam a ser aceitas inconsciente e mecanicamente;

4. “evitar a objetividade”, pois os fatos deveriam sempre ser difusos e incutir sub-repticiamente os interesses do regime;

5. “defender com clareza um só lado numa disputa de ideias”. Com isso, evita-se ao máximo o processo de conhecimento e o debate. Assim as massas permaneceriam com uma visão unilateral dos fatos, sem qualquer tipo de reflexão. Tal assertiva já fora mencionada por Hitler em *Mein Kampf*;

6. “a crítica constante aos inimigos do Estado”. Os adversários mais conhecidos do Estado nazista foram os judeus e os comunistas, que ao longo dos doze anos do regime seriam eliminados gradativamente. Os judeus eram os principais causadores, na visão nazista, de todos os males que assolavam a Alemanha. Então, para os nacional-socialistas se tais “inimigos” fossem extirpados, também os problemas o seriam;

7. “a escolha clara de um inimigo a ser especificamente vilanizado”. Na propaganda antissemita o judeu era retratado como um animal imundo, que emergia da sujeira, geralmente como rato ou como porco. O emprego dos termos *Schwein* e *Sau* (porco e

¹⁴³ KERSHAW, op. cit., p. 101.

porca) são utilizados em alemão “[...] como uma das ofensas mais usadas para designar pessoas desonestas e de mau caráter”.¹⁴⁴

8. “a ênfase no aspecto visual da propaganda”. O nazismo buscou invadir todos os campos perceptivos das massas, mas o visual foi certamente um dos mais utilizados pela propaganda nazista. Isso pode ser notado nos símbolos e nas cores utilizadas pelos nazistas, tais como a bandeira, a águia, a suástica. E ainda nas imagens negativas dos judeus sujos, visto como animais repelentes, enquanto que o líder nazista, de acordo com as fotos expostas nos jornais (dentre outros recursos como panfletos, cartazes), como um homem bom (com crianças no colo), firme e determinado. Todas essas imagens criavam no imaginário popular uma imagem do regime e daqueles, ditos “judeus capitalistas” e “judeus comunistas”.

Pode-se dizer que o objetivo do partido nazista, após a conquista do poder em 1933, passa a ser a “[...] tarefa do controle social, juntamente com a propaganda e a doutrinação voltadas para conduzir o povo aos objetivos associados à grande visão do *Führer*”.¹⁴⁵

Para garantir o sucesso da propaganda nacional-socialista junto ao povo, Hitler e Goebbels não buscaram criar ou inventar novas técnicas propagandísticas, mas inovar as já existentes ou criadas nos anos 20, como os meios de comunicação de massa, e combiná-las com elementos advindos de outras fontes, imprimindo a elas as características peculiares do NSDAP.

Um dos principais colaboradores para o sucesso da propaganda foi Goebbels, como mencionado anteriormente. Ele foi nomeado como ministro da propaganda do Reich no ano de 1933, assumindo assim o Ministério de Esclarecimento Popular e Propaganda do país. Ao ocupar o cargo, esse representante nazista traçou medidas para que a propaganda se tornasse uniforme. Em outras palavras, o controle do que ia a público era absoluto, e não

¹⁴⁴ DIEHL, op. cit. p. 93.

¹⁴⁵ KERSHAW, op. cit., 1993, p.103.

estava vinculado a um único meio de comunicação.

A propaganda deveria, a partir de então, estender-se a todos os setores da vida alemã como: cinema, rádio, jornal, revista, teatro, música, artes plásticas etc. Até a figura humana apresentada nesses meios de comunicação deveria obedecer a um determinado modelo: o próprio corpo humano, através da disciplina e do treino, passa a refletir a musculatura, a combinação da força física do guerreiro nazifascista. Desse modo, “[...] a propaganda não se restringe apenas aos meios de comunicação de massa, mas tende a abranger todas as atividades sociais”.¹⁴⁶

Tais artifícios de persuasão utilizados pelos nazistas buscavam atingir e afetar o inconsciente dos indivíduos, os quais, por meio da violência psicológica, tendem a ser uniformizados e a aceitar a visão e as ideologias do grupo dominante, guiado por Hitler. Nas palavras da filósofa Arendt (1993)

A persuasão [...] não vem da verdade, mas das opiniões, e só a persuasão leva em conta e sabe como lidar com a multidão. Persuadir a multidão significa impor sua própria opinião em meio às múltiplas opiniões da multidão: a persuasão não é o oposto de governar pela violência, é apenas outra forma de fazer isso.¹⁴⁷

Embora a reflexão da autora Hannah Arendt, em *Filosofia e política*, sobre a persuasão tenha se pautado em um modelo de sociedade democrática ideal, podemos notar que ela funciona perfeitamente para analisar o regime totalitário implantado por Hitler antes e após sua ascensão à chancelaria. Tal recurso foi um meio de violência e de domínio de grande parte da sociedade, já que a persuasão foi amplamente utilizada pelo regime nazista para impor sua própria opinião nos mais diversos setores de entretenimento da vida alemã.

No que se refere às normas que regulamentavam o Ministério da Propaganda podemos dizer que foi composto de sete Câmaras vinculadas à vida cultural do país e por mais ou menos 31 subsecretarias, localizadas em vários pontos da Alemanha, todas

¹⁴⁶ DIEHL, op. cit., p. 81.

¹⁴⁷ ARENDT, H. **A dignidade da política**: ensaios e conferências. 2. Ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1993, p.96.

subordinadas a Goebbels.¹⁴⁸ A equipe era integrada por, aproximadamente, 350 membros, entre os quais estavam jovens nazistas qualificados, colaboradores administrativos, aqueles que ocupavam cargos de chefia etc. O objetivo era convencer pelo dinamismo da propaganda o controle de adeptos e não adeptos, para que eles se moldassem às ideias e à política do partido vigente.

Klemperer (2009) menciona que após 1933 todos os canais de expressão pública passam a ser uniformizados e um rigoroso sistema de regulamentação é estabelecido. De acordo com o autor:

O terceiro Reich se expressa de modo terrivelmente uniforme, em todas as suas manifestações e em todo o legado que nos deixa, [...] pois tudo o que se dizia e se imprimia na Alemanha seguia as normas oficiais do partido. O que se desviasse dos modelos não chegava ao público, livros, jornais, formulários e escritos oficiais de qualquer posto de serviço – tudo isso boiava no mesmo molho marrom e a partir dessa uniformidade absoluta da linguagem escrita explicava-se a uniformidade da fala.¹⁴⁹

Nessa época, além da grande mobilização persuasiva por meio da propaganda visando à uniformidade no intuito de convencer e obter a aprovação social nos assuntos de interesse do Estado, há também uma grande perseguição cultural e intelectual na Alemanha, que sofre um bloqueio cultural, cuja censura somente virá a ser transposta no pós-guerra. O Estado totalitário de Hitler não necessita de indivíduos pensantes, mas de homens autômatos, subjugados a ele. Assim, escritores e intelectuais como: Thomas Mann, Walter Benjamin, Bertolt Brecht, Stefan Zweig dentre outros, buscam o exílio e deixam o país; alguns deles retornam anos mais tarde, outros, porém, são vítimas do regime.

Desse modo, todos os veículos de imprensa passam a ser enquadrados dentro de moldes coercitivos impostos pelo ministério de propaganda. Jornais e rádios contrários ao governo sofrem as consequências de suas opiniões, visto que são fechados e seus dirigentes

¹⁴⁸ Riess (1956, p. 277) destaca que, nos primeiros anos, Goebbels possuía em torno de 350 empregados no Ministério de Propaganda. No entanto, no início do ano de 1936, ele já contava com mais ou menos 2 400 membros em seu corpo de funcionários. Número que ainda subiria muito nos anos ulteriores.

¹⁴⁹ KLEMPERER, op. cit., p. 49.

expulsos, presos e, alguns casos, assassinados. Como ocorreu com o editor chefe do periódico *Die Weltbühne*, Carl von Ossietzky,¹⁵⁰ o qual foi preso e torturado no campo de concentração Papenburg-Esterwegen. Para evitar um “[...] escândalo mundial que suscitaria sua morte no campo de concentração”, [Ossietzky é levado no início de 1936 para um hospital, onde morre em maio de 1938], “[...] em consequência dos maus-tratos sofridos na prisão”.¹⁵¹

Os meios de comunicação que conseguem sobreviver a tal política repressora ou se adaptam e buscam novas formas de atuação no mercado ou são comprados pelo governo nazista, que passa a utilizá-los com o mesmo nome antigo de mercado. Ou seja, “[...] muitos desses diários mantiveram seus nomes antigos de forma que seus leitores não percebiam a mudança dos proprietários”.¹⁵²

Welch (1994) em seu livro *Terceiro Reich – Política e propaganda* aponta para o fato de que os nazistas, logo que ascendem ao poder, “[...] possuíam 59 jornais diários com uma circulação total de 787.121 exemplares [e ao final do ano de 1933] haviam comprado mais de 27 diários”. O autor assinala também que “[...] em 1934, eles [os nazistas] adquiriam a larga publicação judaica da empresa Ullstein”.¹⁵³ Em outras palavras, o periódico *Berliner Illustrierte Zeitung* (Jornal Ilustrado de Berlim), foco deste trabalho, foi comprado pelos nazistas e torna-se um dos veículos mais importantes do governo hitlerista, dada a sua aceitação e credibilidade junto ao público leitor. Esse assunto é abordado no próximo subitem deste terceiro capítulo.

3. 2 – O percurso do periódico *Berliner Illustrierte Zeitung* até a República de Weimar

¹⁵⁰ Carl von Ossietzky já proferira, em 1931, que se os nazistas chegassem ao poder, outros partidos políticos perderiam sua liberdade de expressão. Em 1935, recebe o prêmio Nobel da Paz, o qual lhe seria concedido um ano depois, *in absentia*.

¹⁵¹ BROSSAT, A. Cenas do fim do mundo. In: RICHARD, L. (Org). **Berlim, 1919-1933: a encarnação extrema da modernidade**. Tradução, Lucy Magalhães; revisão técnica, Francisco José Calazans Falcon. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993, 183.

¹⁵² WELCH, D. **The Third Reich** – Politics and Propaganda. London and New York, Routledge, 1994, p.36.

¹⁵³ Ibidem , p. 36, tradução nossa.

Fac-símile da 1ª. Edição do jornal em 14 de dezembro de 1891.

A primeira edição do jornal *Berliner Illustrirte Zeitung* (Jornal Ilustrado de Berlim) é publicada na capital alemã em 14 de dezembro de 1891. No entanto, a sua publicação semanal se inicia, sobretudo, no ano seguinte. Em 1894, esse periódico – cujos fundadores foram o comerciante Hepner e o editor Otto Eysler (proprietário da revista *Lustige Blätter*) – é vendido para Leopold Ullstein, o qual já era proprietário também da editora “Druck Stahl und Assmann” (Tipografia Stahl e Assmann), onde o jornal era impresso.

Sob o comando da família Ullstein, esse semanário desde cedo despontou no cenário alemão como uma das empresas jornalísticas mais inovadoras do seu tempo. Uma dessas inovações consistia na venda avulsa do semanário (por um *Groschen*, ou seja, uma moeda de dez centavos) que antes era vendido somente por assinatura (na Alemanha) no valor de cinco Marcos anuais.¹⁵⁴

¹⁵⁴ A empresa Ullstein introduz a novidade de venda avulsa de jornais no cenário alemão, primeiramente, com o seu primeiro tablóide o *Berliner Zeitung am Mittag* e depois com o *Berliner Illustrirte Zeitung*. Deve-se salientar ainda que o valor de cinco Marcos anuais não era caro, no entanto tinha de ser pago de uma única vez, o que era muito dinheiro no período. Ao promover a venda avulsa do semanário, os Ullsteins facilitavam a sua aquisição.

No final do século XIX, o *Berliner Illustrirte Zeitung* circulava todas as quintas-feiras em uma cidade de aproximadamente 2 529 milhões de habitantes¹⁵⁵. Nos primeiros anos possuía de 3 a 15 páginas, pouca propaganda comercial, uma média de 800 ilustrações anuais e uma tiragem semanal que girava em torno de 40.000 exemplares (1897).¹⁵⁶ O endereço de funcionamento na cidade berlinense localizava-se à Rua Kochstrasse, 23, onde também eram arquivadas as fotos e os textos veiculados no jornal.

No natal de 1898, o periódico já aponta para um significativo número de leitores, fato que pode ser observado, na enquete que ele lança sobre “O balanço do século”. Essa pesquisa continha 27 perguntas sobre o século que então terminava e teve a participação de mais de seis mil leitores, sendo tal resultado publicado em fevereiro e março do ano seguinte.¹⁵⁷

No ano seguinte, morre Leopold Ullstein, e a empresa passa a ser dirigida pelos seus cinco filhos, que estabelecem “[...] o ramo florescente da publicação de livros”.¹⁵⁸ Em 1903, o periódico tem permissão para ser vendido também nas ruas e nos quiosques da cidade, fato que contribui para o crescimento de sua produção. Segundo Ferber (1982) em 1906, o *Berliner* atinge uma tiragem semanal de 800 000 exemplares, quase vinte vezes mais do que em seus primeiros anos de circulação.¹⁵⁹

Todavia, além do sucesso de vendas nas ruas, o jornal trazia em suas páginas outro elemento inovador: as fotos. Esse recurso imagético teve na época uma importância

¹⁵⁵ Cf. FRIEDRICH, O. **Antes do Dilúvio**. Um retrato de Berlim nos anos 20. Rio de Janeiro: Record, 1997, p. 21. Esse autor expõe ainda que, no início do século XX, Berlim contava com um índice demográfico de 1,9 milhões de habitantes.

¹⁵⁶ Cf. FAULSTICH, W. **Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter, 1830-1900**. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 2004, p. 74.

¹⁵⁷ KRUMMEL, F. R. **Ausbreitung und Wirkung Des Nietzscheschen Werkes im Deutsches Sprachraum bis zum Todesjahr: ein Schrifttumsverzeichnis der Jahre 1867-1900**. Unter Mitw. Von Evelyn S./ Krummel – 2., verb und eng. Aufl. Berlin: New York: de Gruyter, 1998, p.541.

¹⁵⁸ HUNG, J. **‘Tempo’: a newspaper in search of an audience**. Institute of Germanic & Romance Studies, University of London, 14-15 January 2010, p. 02. Disponível em: <http://www.jochenhung.de/academic/papers/tempo/tempo.html>. Acesso em: 25 jul 2011.

¹⁵⁹ Cf. FERBER, C. **Berliner Illustrirte Zeitung: Zeitbild, Chronik, Moritat für jedermann 1892-1945**. Zusammen gestellt und herausgegeben von Christian Ferber. Berlin: Ullstein Verlag, 1982, p. 06.

fundamental, pois tinha “[...] uma só língua e se destinava potencialmente a todos”.¹⁶⁰ A eficiência da linguagem visual no jornal mostrou, anos mais tarde, que o texto era praticamente acessório. Conhecido pelo seu fotojornalismo, “[...] o periódico alcança seu auge de popularidade entre os anos de 1924 e 1933, quando se torna o principal semanário ilustrado alemão em termos de circulação”.¹⁶¹

Sempre visando à novidade, o periódico estava constantemente em busca de novas tecnologias e novos tipos de publicação. A partir de 1881, com o desenvolvimento do processo de impressão denominado autotipia, cujo inventor foi o alemão Georg Meisenbach (1814-1912), a editora Ullstein passa a empregar esse recurso tecnológico em suas edições semanais, o que proporciona à empresa impressões modernas e rápidas por meio da impressão rotativa e de baixo custo.

Outro aspecto importante refere-se aos colaboradores que compunham o quadro de funcionários do jornal. Além da família Ullstein, estavam envolvidos na execução do periódico Peter Behren, os pintores Carl Schnebel e Kurt Szafranski, o diretor-chefe do jornal Kurt Korff, Paul Simmel, responsável pela seção de entretenimento, o fotógrafo Erich Salomon, o caricaturista Lyonel Feiniger e outros redatores. Após 1933, também Wolfgang Weber passa a integrar o grupo, sendo ele responsável pela impressão. Alguns desses nomes trabalharam apenas por algum tempo ou iniciaram suas carreiras no jornal. Alguns deles, devido ao talento e à competência, ficariam para a posteridade caso, por exemplo, de Paul Simmel, Erich Salomon e Lyonel Feiniger.¹⁶²

¹⁶⁰ SONNTAG, S. **Diante da dor dos outros**. Tradução Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003, p.21.

¹⁶¹ BRAMAN, A. M. **How much did the Germans know about the Final Solution?** An Examination of Propaganda in the Third Reich. Western Michigan Libraries, 2010, p. 04. Disponível em: <http://www.wmich.edu/library/digi/collections/mowen/paper.php> Acesso em: 20 abr 2011.

¹⁶² Paul Simmel se tornou conhecido na Alemanha como cartunista. Em 1929, em uma viagem aos Estados Unidos é convidado pelos estúdios da Walt Disney para se juntar a estes, o que ele recusa. Permanece na Alemanha e em 1933, após Hitler se tornar chanceler, comete suicídio já que era de origem judaica. Seu trabalho já era muito conhecido nos anos vinte e trinta na Alemanha. Erich Salomon também de origem judaica, é considerado o “pai” do fotojornalismo moderno, um dos fotógrafos mais ousados de seu tempo, ficou conhecido por fotografar políticos e celebridades quando esses não percebiam que seriam fotografados. Em 1930, na

As fotos expostas no jornal, desde o seu início, vinham sempre acompanhadas por títulos curtos e/ou textos de apoio. Toda semana o periódico apresentava ao leitor “uma nova sedução”,¹⁶³ com notícias sobre outros mundos como a América, Ásia e a África, continentes considerados exóticos. Havia também fotos de todos os acontecimentos e catástrofes que aconteciam fora da Alemanha, como o conflito entre o Japão e a Rússia, roupas da dançarina francesa Mata Hari, o caso Dreyfus em Paris, dentre tantos outros. E ainda capítulos de romances históricos, que seduziam os leitores com seus dramas cotidianos.

Hohendahl e Franciscorno (1989) consideram que

O que distinguiu o *Berliner Illustrirte Zeitung* dos demais jornais e revistas culturais [do período] foi sua mistura de informações locais, reportagem cosmopolita, entretenimento literário (romances de Max Kretzer, Rudolf Herzog, Ricarda Huch, Georg von Ompteda, Bernhard Kellermann, Arthur Schnitzler, dentre outros), e ciência popular.” [O autor ressalta ainda que] [...] o folhetim, e especialmente o romance de folhetim, era como a imprensa social democrática acabou descobrindo, de importância central para a forma do periódico no seu início, o qual ainda não podia contar com as extensas reportagens ilustradas com comentários.¹⁶⁴

Além desses pontos mencionados pelo autor, o jornal dos Ullstein tinha outra característica importante – tanto nas páginas do *Berliner Illustrirte Zeitung* quanto nos demais jornais e revistas da editora – o seu caráter liberal. Fiéis ao país, mas cautelosos nos assuntos de política, eles buscavam levar até ao público notícias das mais diversas sem, no entanto, serem um grande formador de opinião pública, pois as informações políticas e os acontecimentos sociais que ocorriam dentro do país ocupavam um lugar secundário dentro do jornal; muitos desses acontecimentos não eram por vezes nem relatados.

A postura adotada pelo jornal ilustrado era de mero espectador no que tange aos assuntos políticos e sociais, nada tinha do jornalismo partidário e/ou militante de outros

segunda Conferência de Haia, ele registra em sua câmera fotográfica políticos dormindo, ao invés de estarem discutindo o pagamento da dívida externa alemã. Feininger, pintor, fez parte dos intelectuais de Berlim e seus trabalhos, dentre o de muitos outros, tornaram-se destaque da vida cultural de Berlim com o Novembergruppen (grupo de novembro), composto de pintores, escultores, arquitetos, historiadores da arte, compositores etc.

¹⁶³ FERBER, op. cit., p.07.

¹⁶⁴ HOHENDAHL, P. U.; FRANCISCORNO, R. B. **Building a national literature: the case of Germany, 1830-1870**. Cornell University Press, 1989, p. 328 (tradução nossa)

diários berlinenses. Pode-se dizer que suas notícias e páginas centrais mantinham-se distanciadas dos conflitos e dos dramas da época. Se, por um lado, isso lhe conferiu um grande número de leitores e compradores, devido a sua neutralidade em um período, década de 20, de forte ebulição política. Por outro lado, tal postura teve suas implicações anos mais tarde quando o jornal passou a ser explorado como veículo de propaganda nazista.

Já durante a monarquia, segundo Eckardt e Gilman (1996) os periódicos da cidade de Berlim possuíam três nomes importantes e bem conhecidos tais como Leopold Ullstein, August Scherl e Rudolf Mosse. O primeiro publicava o jornal *Berliner Illustrirte*, “[...] a primeira revista ilustrada do mundo, o tablóide *Tempo* e o mais prestigioso dos jornais de Berlim, o *Vossische Zeitung* (frequentemente chamado “Titia Voss”)”. O segundo, Scherl, trouxe ao público o primeiro jornal de “estilo americano” *Lokalanzeiger*. E o terceiro publicava o *Berliner Tageblatt*, o qual “[...] refletia opiniões moderadas da classe média”.¹⁶⁵

Durante a época do Kaiser e a República, períodos difíceis para a sociedade alemã, o semanário *Berliner Illustrirte Zeitung*, vive seus momentos de maior tiragem. A primeira delas corresponde à Primeira Guerra Mundial, quando ele quase atinge a casa de um milhão de edições. A segunda, nos anos 20 e em 1931, cenário alemão de grande desemprego e violência, período em que o jornal edita mais de dois milhões de exemplares.

Nos idos de 1920, a República de Weimar presenciou um momento de grande efervescência na área de comunicação, já que a fotografia passa a contar com as câmeras portáteis tais como a Ermanox (1924) e a Leica (1925), as quais dariam um novo perfil ao modo de fazer fotojornalismo.¹⁶⁶ Além disso, nas principais cidades do país eram fundadas várias revistas ilustradas como *Hackebeils Illustrierte/Große Berliner Illustrierte* (1921), *Müncher Illustrierte Presse* (1923), *Das Bunte Blatt/Stuttgarter Illustrierte* (1924), *Illustrierte Woche* (1924), dentre outras. As já existentes passam por uma renovação, caso do semanário

¹⁶⁵ ECKARDT; GILMAN, VON ECKART, W.; GILMAN, S. L. **A Berlim de Bertold Brecht**: um álbum dos anos 20. Tradução, Alexandre Lisovsky. Rio de Janeiro: Editora: José Olympio, 1996, p. 49.

¹⁶⁶ FABRIS, A. **A fotomontagem como função política**. São Paulo: HISTÓRIA, 2003, v. 22.

Berliner Illustrirte Zeitung, o maior da Europa em termos de tiragem no período.¹⁶⁷

Nesse sentido, Costa (1998 apud FABRIS, op. cit, p.11)¹⁶⁸ acrescenta ainda que o sucesso do periódico ilustrado *Berliner Illustrirte Zeitung* e de outras publicações semelhantes a ele estavam vinculados a outros dois fatores decisivos como “[...] a colaboração dos mais importantes repórteres fotográficos da época (Erich Salomon, Alfred Eisenstaedt, Tim Gidal, André Kértész, Germaine Krull, Umbo, Felix Man, Fritz Goro, Willi Ruge e Martin Munkacsi) e o surgimento do trabalho criativo de edição”.

Ademais, na República de Weimar, “[...] a empresa de jornalismo Ullstein era sinônimo da nova democracia e uma figura da sua cultura de massa democrática”.¹⁶⁹ Sua atividade jornalística não se restringia somente ao jornal *Berliner Illustrirte Zeitung* (B.Z.I). A família tinha em sua posse também os seguintes periódicos: *Neue Berliner Tageblatt* (1877), *Berliner Abendpost* (1887), *Berliner Morgenpost* (1898), *Berliner Zeitung am Mittag*, *Vossische Zeitung* (assumido em janeiro de 1914) etc. E as revistas populares *Die Dame*, *Uhu* e *Modenwelt*.¹⁷⁰ No total, a companhia reunia sob seu nome em torno de dezenove veículos de comunicação, entre jornais e revistas.

3.3 – O jornal alemão após a ascensão nazista

Após o advento do nazismo, o jornal B.I.Z precisou se adaptar e sobreviver às novas exigências que norteavam a propaganda nazista, que passou a uniformizar todos os meios de comunicação com a Lei de Imprensa do Reich, instituída em 4 de outubro de 1933.

¹⁶⁷ WEISE, B. “Ich muss jetzt fort zum Reichstag” Dr. Erich Salomon – Beruf: Photojournalist. In: **Erich Salomon – „Mit Frack und Linse durch Politik und Gesellschaft“**: Photographien 1928-1938. München: Schirmer/Mosel, 2004. Segundo Weise entre 1926/27 e 1930/31 a tiragem de tais periódicos sobem de 3,5 para 5,3 milhões de exemplares. Só o jornal *Berliner Illustrirte* é detentor de 1,8 milhões por edição.

¹⁶⁸ COSTA, H. **Um olho que pensa**. São Paulo: FAU-USP, 1998, v. 1, p. 52

¹⁶⁹ HUNG, J. ‘Generalprobe’ - Erika Mann’s early journalistic work for *Tempo*. Institute of Germanic & Romance Studies, University of London, 2-3. April 2009, p. 03. Disponível em: <http://www.jochenhung.de/academic/papers/generalprobe/generalprobe.html>. Acesso em 20 abr 2011.

¹⁷⁰ Cf. FAULSTICH, W. op. cit., pp. 43-44.

Essa rezava que a atividade jornalística não mais poderia ser exercida por cidadãos não arianos e por aqueles que tivessem qualquer tipo de vínculo com judeus. E ainda, tal lei “[...] desvincula os jornalistas do direito de seguir instruções ou ordens do editor e coloca-os sob os cuidados do Estado”.¹⁷¹

Em 1934, mediante a política repressora e excludente dos nazistas o jornal supracitado perde alguns de seus integrantes, dentre eles alguns dos mais proeminentes como os cinco proprietários do jornal: os irmãos Ullstein. De origem judaica, os filhos de Leopold Ullstein são expulsos da direção do periódico, além de profissionais tais como o fotógrafo Martin Munkacsi, o diretor chefe Kurt Korff, dentre muitos outros.

Devido à lei de imprensa e, conseqüentemente, às perseguições que passam a ocorrer aos profissionais de comunicação, registra-se neste período uma saída considerável de fotógrafos e de editores de diversos jornais alemães, os quais precisam se refugiar em outros países. Caso dos judeus Kurt Korff, que se exila nos Estados Unidos, e de Erich Salomon, que se muda para a Holanda, sendo mais tarde preso e levado para Auschwitz, onde é assassinado em 1944. Kurt Tucholsky, exilado na Suécia, morre em 1935 após ingerir veneno.

A fuga desses profissionais da Alemanha teve um aspecto positivo, visto que proporcionou a expansão do *design* utilizado em jornais e revistas alemãs, que passa a ser exportado juntamente com tais fotojornalistas. Esses difundem assim as concepções do fotojornalismo alemão, as quais influenciam jornais e revistas de outros países.¹⁷² Este é o caso, por exemplo, da revista americana *Life* (1936), que empregou como um de seus membros o ex-editor-chefe dos Ullstein: Kurt Korff. Além dos Estados Unidos, também França e Inglaterra teriam sido influenciadas pelo fotojornalismo alemão, pois contavam com profissionais advindos da Alemanha. Isso se expressa nas revistas *Vu* (na França), *Weekly*

¹⁷¹ HOLZHAUSEN, M. **O humor no nazismo**. Estudos Lingüísticos XXXI. Anais de Seminários do GEL. 2002, p. 03, Disponível em: www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/31/htm/comunica/CiI27b.htm Acesso em: 20 jan. 2009.

¹⁷² FREUND, 1994.

Illustrated e Picture Post (na Inglaterra).

No ano de 1934, a grande produção Ullstein, inclusive o jornal *Berliner Illustrirte Zeitung*, é adquirido pelos nacional-socialistas e passa a ser veículo de sua propaganda. Deve-se salientar que era prática comum dos nazistas comprarem jornais já em circulação nesse período. No momento da aquisição do semanário supracitado, o governo ditatorial de Hitler já tinha em seu poder mais de 80 jornais diários.

Além disso, como Hitler tinha consciência da importância e do potencial da imagem para atingir as massas, esse jornal, permeado por fotos, com textos curtos de apoio, foi perfeitamente adequado aos seus propósitos, visto que de acordo com o dirigente nacional-socialista

Grandes possibilidades possui a imagem em todas as suas formas, desde a mais simples até o cinema. Nesse caso, os indivíduos não são obrigados a um trabalho mental. Basta olhar, ler pequenos textos. Muitos preferirão uma representação por imagens à leitura de um longo escrito. A imagem proporciona mais rapidamente, quase de um golpe de vista, a compreensão de um fato a que, por meio de escritos, só se chegaria depois de enfadonha leitura.¹⁷³

Essas características sobre a imagem, elencadas por Hitler, são uma grande arma para veicular ideologias, e ele sabia de sua força psíquica. Como anteriormente comentado, as imagens foram uma novidade e uma atração no *Berliner* desde seus primeiros anos e o partido nazista soube tirar proveito disso.

No tocante ao valor da maior editora alemã do país, Friedrich (1997) ilustra que ela estava estimada

[...] em 15 milhões de dólares, [entretanto] as cotas da família não obtiveram oferta melhor do que 1,5 milhão de dólares. Hermann Ullstein embolsou 25 mil dólares, mas ao tentar sair do país, disseram-lhe que não conseguiria passaporte senão à custa de “outro sacrifício”, a saber, uma doação de 25 mil dólares à polícia de Berlim. Ele viajou para a Inglaterra sem dinheiro algum.¹⁷⁴

Em outras palavras, a família que havia feito diversas concessões a Goebbels, antes de 1934, para manter os seus periódicos em circulação, “os vendia” agora aos nazistas,

¹⁷³ HITLER, op. cit., p. 293.

¹⁷⁴ FRIEDRICH, op. cit., p.397.

sem levar dinheiro algum. Ademais, é importante aventar que os periódicos comprados pelos nacional-socialistas, de modo geral, continuavam a ser veiculados com o mesmo nome, sem sofrer grandes alterações, como já mencionado anteriormente.

No caso do periódico *Berliner Illustrierte Zeitung*, notam-se algumas mínimas mudanças somente no final do ano de 1937, quando o nome da editora Ullstein é alterada para “Deutscher Verlag” (editora alemã) e umas das conhecidas sessões do jornal denominada “Sei sparsam Brigitte, nimm Ullstein-Schnitte”¹⁷⁵ transforma-se em “Ultra-Schnitte”.¹⁷⁶

De acordo com a autora Braman (2010) o regime nazista encontrou no B.I.Z um semanário que

[...] ajustou-se perfeitamente como veículo “ideal” para a propaganda nazista, [já que] ele se relacionava bem com as massas, as quais eram o grupo almejado, que o partido nazista esperava conquistar. E ainda [para os nazistas][...] os leitores deste jornal seriam muito provavelmente aqueles que pensam pouco sobre o que estão lendo e acreditariam em tudo. Isto porque o foco do jornal não [era] apenas sobre temas políticos e de mundo, mas também voltado às descontraídas histórias culturais, abordando os filmes atuais e as mudanças nas tendências da moda, muito parecido com a revista moderna *Life*.¹⁷⁷

Ao que se refere ao corpo editorial do jornal é interessante observar que, apesar de estar a serviço do Reich, o jornal alemão nos chama a atenção pela suas constantes alterações no que tange a substituição de editores chefes. Se Kurt Korff ocupou tal cargo no jornal desde os primeiro anos de sua circulação até abril de 1933, por mais ou menos quatro décadas, em dez anos o periódico mudou de editor chefe por três vezes. O sucessor de Kurt Korff foi Carl Schnebel, o qual se manteve na direção do jornal até 1937. Logo após este, o posto é assumido por Harald Lechenperg, que já escrevia artigos para o jornal desde 1936, até novembro de 1943. E nos dois anos subsequentes de existência do periódico o cargo foi exercido por Dr. Ewald Wüsten.

Essas constantes alterações e ajustes do corpo editorial do jornal poderiam nos

¹⁷⁵ “Seja econômica Brigitte, receba as tiras Ullstein” (tradução nossa).

¹⁷⁶ FREI, N.; SCHMITZ, J. **Journalismus im Dritten Reich**. München: Verlag C.H Beck, 4ª edição, 1999, p. 75.

¹⁷⁷ BRAMAN, op. cit., p. 06.

indicar que a postura adotada pelo semanário berlinense, já sob o controle do regime ditatorial de Hitler, não estaria em sintonia com as leis coercitivas impostas pelo Ministério de Propaganda do regime nazista. Ou apontaria também para o fato de que alguns colaboradores nessa fase difícil da imprensa alemã, em qualquer função exercida dentro do semanário, poderiam tentar burlar as normas impostas por tal governo autoritário.

Sob o comando nazifascista, os anos de maior edição do jornal antes da guerra foram os de 1936, com uma tiragem que ultrapassava a casa dos 1.100.000 exemplares; no ano seguinte: 1.150.000, em 1938: 1.300.000 e no próximo ano, momento em que temos a deflagração da Segunda Guerra Mundial, o jornal atinge a marca de 1.500.000 exemplares impressos. De acordo com Marlene Holzhausen (2002) “[...] (informação pessoal)”¹⁷⁸ a expansão do jornal não se deve apenas ao seu perfil ótico, mas também a um fator de ordem externa: a ampliação do alcance de sua influência para leitores dos Estados Unidos e América Latina”.

Registros de circulação do jornal mostram que ele não se restringiu somente à Alemanha, como aponta Holzhausen, mas que também era enviado a outros países, como a América do Norte e a América do Sul. Dentre os países, há registro do *Berliner Illustrirte Zeitung* nos Estados Unidos e na Argentina, país este que funcionou de entreposto para o jornal chegar até o Brasil, até a cidade de São Paulo, de onde era distribuído para os demais estados brasileiros. O distribuidor situava-se à Rua: São Bento n° 541, onde funcionava a Livraria Delinée, cujo proprietário era Max Junghähnsel.¹⁷⁹

Ademais, importa dizer que na década de 30, o referido periódico tradicional tinha uma estrutura sólida e boa recepção no mercado berlinense, já que as notícias veiculadas em suas páginas buscavam atingir o público de modo geral. Ele tratava de assuntos de caráter nacional e internacional. Além desses, eram oferecidas em suas páginas notícias e fotos das

¹⁷⁸ HOLZHAUSEN, M. **citação**. Carta recebida em 06 de dezembro de 2002.

¹⁷⁹ Ibidem.

grandes personalidades do cinema, da política, da música, dentre outras. E ainda seções de entretenimento dentre as quais textos literários de época – capítulos de romances, contos e poesias –, *puzzles*, propagandas e quatro seções dedicadas ao humor.

A primeira, cujo nome é “Humor”, compõe-se de três a quatro pequenos quadros de textos humorísticos acompanhados de imagens. A segunda de mesmo nome, “Humor”, trata de diversos chistes, mas sem imagem. A terceira denominada “Die Abenteuer der Schreckensteiner” (As aventuras dos velhos fantasmas) aborda uma tira de história em quadrinho, sem textos. A quarta e derradeira, foco desta pesquisa, também chamada “Humor”, possui vários textos humorísticos, geralmente curtos, e uma imagem, que geralmente norteia o assunto das demais piadas do quadro.

A quarta seção de humor, objeto de nossa pesquisa.

Nessa última, as histórias humorísticas são desenhadas, geralmente, por colaboradores como Charlotte Kleinert, L. v. Malachowski, Möllendorf, Barlog, Brinkmann, Bob, Girod, E. G. Heise entre outros. Em alguns autores nota-se muitas vezes a abordagem de maneira muito sutil dos mais variados temas de interesse direto do Estado, tais como: o papel da mulher, do homem e da criança na “nova comunidade” alemã, a brutalidade, as olimpíadas,

o esporte, a glorificação da vida rural, entre outros. No entanto, o assunto veiculado nesta última seção de humor, de modo geral, trata de assuntos concernentes a flashes isolados de cenas do cotidiano.

Por um lado o recurso iconográfico do periódico, durante toda a sua trajetória, registra momentos históricos realmente importantes da Alemanha tanto monárquica quanto republicana e nazista, já que a imagem possui “[...] um registro objetivo e também um testemunho pessoal, [visto que é] tanto uma cópia ou uma transcrição fiel de um momento da realidade como uma interpretação dessa realidade”.¹⁸⁰ Por outro lado, esses recursos são analisados de maneira bastante cética por autores como Kracauer (1988 apud FABRIS, op. cit, p. 12)¹⁸¹ que se posiciona de modo crítico em relação às revistas ilustradas. Para tal autor, esse tipo de veículo funcionou como

[...] um instrumento de coerção ideológica a serviço da classe dominante, [o autor detecta um ulterior perigo para o conhecimento na] “variegada colagem das imagens” [que se impunha cada vez mais]. “Sua *contigüidade*” [...] “exclui sistematicamente qualquer conexão que poderia se abrir para a consciência. ‘A idéia ilustrada’ enxota a idéia, o turbilhão de fotografias denuncia a indiferença em relação àquilo que as coisas deviam significar.

Nas palavras do autor podemos concluir que, o periódico estudado, assim como outros do período, contribuiu para a “dormência” de um povo, que sem consciência crítica e política buscava nas imagens outros mundos e realidades, ficando indiferente ao que ocorria dentro do seu próprio país. Os leitores desses jornais e revistas foram alvo fácil de grupos extremistas, como os dos nazistas, que apregoavam uma ideologia baseada em forças sobrenaturais, advindas da ciência e da história. A primeira (ciência) deve ser entendida no sentido de superioridade racial e a segunda (história) na concepção de progresso, a qual deveria ser alcançada constantemente.¹⁸²

¹⁸⁰ SONNTAG, op.cit., p. 26

¹⁸¹ KRACAUER, S. **De Caligari a Hitler**: uma história psicológica do cinema alemão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988 p. 127. Os comentários da citação entre colchetes são da autora Fabris, já citada.

¹⁸² Essas duas ideias estão presentes no trabalho *As origens do Totalitarismo*, de Hannah Arendt. Para esta autora, as ideias de ciência e história, elucidados no corpo do texto, eram veiculadas para afiançar a legitimidade da

Portanto, o semanário *Berliner Illustrierte Zeitung* que buscou não matizar o partidarismo político em suas páginas, assumiu um papel específico em uma época em que as massas necessitavam de imagens e diversão. A maioria do público leitor encontrava nas páginas do jornal aquilo que almejava viver cotidianamente. E a sua linguagem visual foi de elevada eficiência para isso. Publicado na cidade de Berlim, todas as quintas-feiras, tal jornal “[...] antes de 1933 teve apenas um defeito de quase todos os jornais “burgueses”: ele foi comportado demais, não lutou com energia suficiente em favor do estado democrático no qual ele era publicado”.¹⁸³

Foto da última edição do jornal publicada em abril de 1945

3.4 – O semanário *Berliner Illustrierte Zeitung* nos anos de 1935-1936

ideologia nazista.

¹⁸³ FERBER, op. cit., capa, tradução nossa

Nos anos de 1935 e 1936 o jornal continha de 32 a 48 páginas. A numeração dessas páginas nos diferentes números semanais da revista era progressiva. Assim sendo, o primeiro exemplar do ano, que se iniciava em janeiro, começava na página de número um e a última página da edição de dezembro terminava com o número mil e quinhentos. Ele era publicado em preto e branco – exceção feita às edições especiais, que possuíam capas coloridas – tipografado em gótico, escrita padrão dos jornais na época. E veiculava, com algumas variações, as seguintes colunas: “Vater und Sohn” (histórias em quadrinhos sem diálogos, publicadas todas as semanas sob o pseudônimo de E. O Plauen), “Rätsel” (seção de passatempo que continha cruzadinha, adivinhas dentre outros entretenimentos), “Humor” (publicada geralmente entre as últimas páginas). Os romances históricos, com uma grande variedade de títulos e as propagandas ocupam algumas páginas do jornal. As colunas fixas são somente as de entretenimento, pois as demais são publicadas de uma a duas vezes ao mês como, por exemplo, as histórias humorísticas acompanhadas de desenho, que vêm geralmente publicadas na última página do jornal e amiúde intituladas a partir de diferentes temas como: Technik und Mensch, Berliner Ball Bummel, “Ship Ahoy!” (Anglo-amerikanischer Schiffs-Humor), Beißt Lila grün etc. E há ainda outra coluna sob títulos variados e assinada, por articulistas que ostentavam o título de doutor (Dr.): Dr. A. H. Körbirz, Dr. Paul Karlson, Dr. Rudolf Meli dentre outros. As demais páginas estão permeadas de fotos com títulos curtos. Nas primeiras páginas, geralmente, estão estampadas fotos de membros do partido nazista em trabalho, em desfiles, com crianças (em especial na companhia de Hitler). Há também, com muita frequência, fotos da guerra civil espanhola (em 1936), dentre outras.

No que tange às piadas, objeto de nossa análise, apresentamos abaixo um pequeno resumo em tabelas de suas publicações e seus desenhistas durante os anos de 1935 (26 números) e de 1936 (53 números).

Tabela I

<i>Berliner Illustrirte Zeitung</i> Relação das piadas publicadas entre julho e dezembro de 1935		
Número de edições (NE) 26 Total de piadas publicadas (PP)..... 167 Total de piadas em texto (PT) 141 Total de piadas com ilustração de apoio (PI) 26		
Julho	Agosto	Setembro
NE – 04	NE – 05	NE – 04
PP – 26	PP – 29	PP – 25
PT – 22	PT – 24	PT – 21
PI – 04	PI – 05	PI – 04
Outubro	Novembro	Dezembro
NE – 05	NE – 04	NE – 04
PP – 32	PP – 29	PP – 26
PT – 27	PT – 25	PT – 22
PI – 05	PI – 04	PI – 04

Na tabela verifica-se que a seção “Humor” possui mensalmente um número de edições regulares, com cerca de quatro a seis piadas, com uma ilustração de apoio. Em média a seção publica 24 pequenos textos anedóticos por mês.

As histórias humorísticas nos anos de 1935 e 1936 são desenhadas por um número considerável de colaboradores como, por exemplo, Charlotte Kleinert, L. v. Malachowski, Möllendorf, Barlog, Brinkmann, entre outros. Alguns desses aparecem com

maior frequência, como podemos observar na tabela referente ao ano de 1935, a qual segue arrolada:

Tabela II

<p><i>Frequência dos desenhistas no Berliner Illustrierte Zeitung</i></p> <p>Julho – dezembro de 1935.</p>		
Julho	Agosto	Setembro
04.07.35 – L. v. Malachowski	01.08.35 – Barlog	05.09.35 – Barlog
11.07.35 – Barlog	08.08.35 – Barlog	12.09.35 – Barlog
18.07.35 – Barlog	15.08.35 – Barlog	19.09.35 – Barlog
25.01.35 – L. v. Malachowski	22.08.35 – Barlog	26.09.35 – Barlog
	29.08.35 – Barlog	
Outubro	Novembro	Dezembro
03.10.35 – Barlog	07.11.35 – L. v. Malachowski	05.12.35 – Barlog
10.10.35 – Charlotte Kleinert	14.11.35 – Bob	12.12.35 – Barlog
17.10.35 – Barlog	21.11.35 – Barlog	19.12.35 – Bob
24.10.35 – L. v. Malachowski	28.11.35 – Barlog	26.12.35 – Horst v. Möllendorf
30.10.35 – Barlog		

Na tabela acima, podemos constatar que o desenhista mais recorrente nesses 26 números de jornal, correspondente ao período de julho a dezembro de 1935, é Barlog, uma

figura bastante expressiva, visto que nos 26 números publicados, 19 desenhos das figuras centrais são de sua autoria. Os demais desenhistas como Charlotte Kleinert, L. v. Malachowski, Bob e Horst v. Möllendorf aparecem muito esporadicamente.

A seguir listaremos a relação das piadas publicadas no periódico *Berliner Illustrierte Zeitung*, no período de 1936:

Tabela III

<p align="center"><i>Berliner Illustrierte Zeitung</i> Relação das piadas publicadas em 1936.</p>		
<p>Número de edições (NE)53 Total de piadas publicadas (PP).....336 Total de piadas em texto (PT)282 Total de piadas com ilustração de apoio (PI)53</p>		
Janeiro	Fevereiro	Março
NE – 05	NE – 04	NE – 04
PP – 30	PP – 26	PP – 34
PT – 25	PT – 22	PT – 29
PI – 05	PI – 4	PI – 5
Abril	Maio	Junho
NE – 05	NE – 04	NE – 04
PP – 29	PP – 32	PP – 30
PT – 21	PT – 28	PT – 25
PI – 4	PI – 4	PI – 5
Julho	Agosto	Setembro
NE – 05	NE – 04	NE – 04

PP – 26	PP – 36	PP – 26
PT – 22	PT – 31	PT – 22
PI – 4	PI – 5	PI – 4
Outubro	Novembro	Dezembro
NE – 05	NE – 04	NE – 05
PP – 28	PP – 32	PP – 37
PT – 24	PT – 27	PT – 33
PI – 4	PI – 5	PI – 05

Podemos observar que no ano de 1936, foram publicados 53 números com piadas, num total de 336 piadas, sendo 54 delas com figuras de apoio.

A tabela que está relacionada abaixo se refere aos desenhistas do período de 1936:

Tabela IV

<p><i>Frequência dos desenhistas no Berliner Illustrirte Zeitung</i> <i>Em 1936</i></p>		
Janeiro	Fevereiro	Março
02.01.36 – Charlotte Kleinert	06.02.36 – Barlog	05.03.36– Charlotte Kleinert
09.01.36 – Barlog	13.02.36 – Charlotte Kleinert	12.03.36 – Barlog
16.01.36 – G. Brinkmann	20.02.36 – Girod	19.03.36 –L. v. Malachowski
23.01.36 – Barlog	27.02.36 – Barlog	26.03.36– Charlotte Kleinert
30.01.36 – L. v. Malachowski		

Abril	Maio	Junho
01.04.36 – L. v. Malachowski	07.05.36 – L. v. Malachowski	04.06.36 – Bob
08.04.36 – Charlotte Kleinert	14.05.36 – Barlog	10.06.36 – L. v. Malachowski
15.04.36 – Charlotte Kleinert	21.05.36 – Charlotte Kleinert	18.06.36 – Barlog
23.04.36 – Barlog	28.05.36 – Barlog	25.06.36 – Barlog
29.04.36 – L. v. Malachowski		
Julho	Agosto	Setembro
02.07.36 – Charlotte Kleinert	06.08.36 – L. v. Malachowski	03.09.36 – Barlog
09.07.36 – Barlog	13.08.36 – Barlog	10.09.36 – Barlog
16.07.36 – Barlog	19.08.36 – Barlog	17.09.36 – Charlotte Kleinert
23.07.36 – Barlog	27.08.36 – Charlotte Kleinert	24.09.36 – Barlog
30.07.36 – L. v. Malachowski		
Outubro	Novembro	Dezembro
01.10.36 – Charlotte Kleinert	05.11.36 – Charlotte Kleinert	03.12.36 – Barlog
18.10.36 – Barlog	12.11.36 – Barlog	10.12.36 – Barlog
15.10.36 – Barlog	19.11.36 – Barlog	17.12.36 – E. G. Heise
22.10.36 – Charlotte Kleinert	26.11.36 – Barlog	22.12.36 – E. G. Heise
29.10.39 – Barlog		29.12.36 – Barlog

Como se pode observar na tabela acima, os principais colaboradores da seção “Humor” foram Barlog, Charlotte Kleinert, Malachowski, Bob, Girod, E. G. Heise. Pode-se observar novamente, na tabela número V, que Barlog possui um número bem expressivo de ícones em relação aos demais caricaturistas do mesmo período, assim como já constatado nos meses de julho a dezembro do ano de 1935.

Tabela V

<i>Desenhistas no Berliner Illustrirte Zeitung</i> <i>1935 –1936</i>		
Barlog	Charlotte Kleinert	E. G. Heise
45	14	2
Bob	G. Brinkmann	L. v. Malachowski
2	1	11
Girod		
1		

Consoante ao que já foi dito anteriormente, o número de textos humorísticos publicados no periódico *Berliner Illustrirte Zeitung* foi expressivo, como demonstram as tabelas apresentadas. Ademais tal coluna foi uma das poucas colunas fixas veiculadas no jornal toda a semana nos anos apresentados e nos vindouros. Cabe mencionar ainda que alguns dos desenhistas que expomos neste trabalho como: Barlog, Charlotte Kleinert, L. V. Malachowski também assinavam outros desenhos humorísticos do periódico, tal como o da última página. Esta era publicada somente duas vezes por mês no periódico sob títulos diversos como, por exemplo, *Heute angezett: Gelände Fahrt* (13.02.1936).

As piadas que são abordadas neste trabalho foram divulgadas em uma época em que a propaganda estatal buscava moldar e doutrinar a opinião pública. O governo ditatorial

de Hitler não almejava controlar somente a máquina do Estado, mas dirigir o comportamento e a mente das pessoas. “[...] A sua idéia de domínio – a dominação permanente de todos os indivíduos em toda e qualquer esfera da vida – é algo que nenhum Estado ou mecanismo de violência jamais pode conseguir, mas que é realizável por um movimento totalitário [...]”¹⁸⁴

Assim, compreender o discurso do gênero humorístico como um veículo de manipulação ou de contestação de uma época repressora, como foi o nazismo, é pensar que tal discurso vai muito além das intenções do autor, já que esse não tem como controlar o que vem pela história e pela memória, e que se encontram materializados no interior de seus textos.

¹⁸⁴ ARENDT, op. cit., p.416.

CAPÍTULO 4 – AS RELAÇÕES ENTRE UMA MODALIDADE DO GÊNERO HUMORÍSTICO E A HISTÓRIA POLÍTICA NA ALEMANHA DOS ANOS 30.

4.1 - Análises dos textos humorísticos referentes ao judeu

Nesta última parte de nossa dissertação apresentamos interpretações de piadas sobre judeu e o gênero feminino¹⁸⁵, segundo as propostas da Análise do Discurso, para que se possa detectar as suas condições de produção; também serão utilizados outros conceitos teóricos que se referem ao humor. Estabelecemos ainda algumas relações entre essas anedotas e a propaganda nazista, levando em consideração padrões estabelecidos no terceiro capítulo deste trabalho. Nosso objetivo nesta etapa é mostrar o que está sendo veiculado nesses textos humorísticos e se eles são favoráveis ou contra a ideologia da política nazista.

Iniciamos nossas considerações com as piadas cujo viés temático concerne aos judeus. Os dois primeiros chistes aqui analisados desse assunto foram publicados no ano de 1935 nas páginas 1515 (nº 41) e 2136 (nº 46) respectivamente. Já os outros dois foram divulgados nesse jornal no ano seguinte e encontram-se nas páginas 1603 (nº41) e 1881 (nº47). Todos esses textos humorísticos possuem um desenho que os acompanha; nos dois primeiros casos de autoria de Charlotte Kleinert, Bob, e nos dois últimos de Barlog.

Para fazer as análises dos enunciados e das imagens que compõem as piadas, vamos considerar algumas marcas das condições de produção que constituem a discursividade desses textos humorísticos em sua materialidade, levando em consideração que a questão dos sentidos “[...] não está só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas

¹⁸⁵ Conforme mencionado no capítulo 1, o chiste sobre o judeu foi escolhido nesta dissertação, porque foi matéria amplamente disseminada na propaganda nazista antissemita, sendo o baluarte do regime. No que se refere à anedota feminina, esta foi eleita devido ao número expressivo de piadas que veiculam tal temática no *corpus* e também por ser outro assunto bastante recorrente nas campanhas propagandísticas do NSDAP, visto que as mulheres eram consideradas as “mães da nação”.

condições em que são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos”.¹⁸⁶ Segundo a teoria escolhida, Análise do Discurso, todo autor ocupa posições de sujeito na produção dos seus textos, e essas apontam a formação discursiva a que ele se filia e em que medida a ideologia interpela tal formação discursiva.

Primeiramente, é importante considerarmos o contexto imediato¹⁸⁷ em que essas piadas foram produzidas, assim como todos os demais chistes que serão apresentados neste trabalho, e o seu contexto mais amplo, aquele que inclui os elementos sócio-históricos e ideológicos de um discurso. No que tange ao contexto imediato, como já referido, trabalharemos com chistes, retirados de uma das seções denominada *Humor* de um periódico de grande circulação na Alemanha, o *Berliner Illustrierte Zeitung*.

No momento da divulgação dessas piadas, os anos de 1935 e 1936, o país está sob o governo repressor de Hitler, que passa a segregar os judeus institucionalmente da sociedade alemã por meio das Leis de Nuremberg. Por meio destas, muitos judeus perdem, dentre outros direitos civis, seus trabalhos, o direito de visitar bibliotecas, ou mesmo de andar na calçada. Ou seja, os judeus passam a ser párias como em outros períodos da história, pois são destituídos de todos os seus direitos de cidadão. Para o líder nazista, os judeus eram inimigos e deveriam “[...] ser golpeado[s] impiedosamente e aniquilado[s]”.¹⁸⁸

Para Burrin (1990), a linguagem destrutiva de Hitler em relação aos judeus buscava desumanizá-los “[...] e fazia concluir sua eliminação física. Micróbios, parasitas, sanguessugas, aranhas: seres nocivos ou repugnantes dos quais o homem se desembaraça com alívio. No mínimo, um discurso como este seduz quem o utiliza e acaba gerando comportamentos adequados”.¹⁸⁹

¹⁸⁶ ORLANDI, op. cit., 2007a, p. 30.

¹⁸⁷ Sobre contexto imediato e contexto amplo ver Eni P. Orlandi em *Análise de Discurso: princípios e procedimento*, ibidem, pp. 30-31.

¹⁸⁸ BURRIN, P. **Hitler e os judeus**. Tradução: Ana Maria Capovilla. – Porto Alegre: L&PM, 1990, p. 34. Segundo esse autor tal discurso foi pronunciado por Hitler em um de seus discursos de abril de 1937.

¹⁸⁹ Ibidem, p.29.

Como já mencionado no segundo capítulo, esse regime ditatorial vê a comunidade judaica como a grande culpada pela população alemã estar sofrendo com o desemprego, com as privações trazidas pela Primeira Grande Guerra (e seus tratados) e todos os outros infortúnios do momento que assolam o país. A ideia de um grande complô judaico internacional é muito difundida pelo líder nazista e seus correligionários através da propaganda antissemita que acompanha o partido desde sua fundação. Além disso, o “fator racial” buscava mostrar a superioridade dos alemães em relação aos outros povos, em especial ao judeu.

Conforme registros históricos e obras de alguns pesquisadores, como Leon Poliakov,¹⁹⁰ o antissemitismo esteve presente em diferentes contextos históricos da vida alemã e de outros países europeus. Sua presença e os acontecimentos sociopolíticos ocorridos no decorrer dos séculos contribuíram para que se criasse na memória popular alemã, bem como de outros povos, uma representação peculiar do judeu, que o caracterizava não de acordo com seus costumes, mas de uma forma racista.

No que se refere a essa imagem do israelita na sociedade alemã de outrora, podemos aventar que ela esteve amiúde associada àquele que tem privilégio, dinheiro e riqueza. Essa representação do judeu ocorreu devido a uma série de fatores históricos, que elucidaremos sumariamente. No que se refere ao “privilégio” podemos dizer que o judeu passa a tê-lo a partir do século XI, quando se intensificam as hostilidades contra os semitas. Neste período e ulteriormente, os judeus são “protegidos” pelos imperadores em troca de pesados tributos. A comunidade judaica acaba por aceitar tais imposições para não ser massacrada pelo restante do povo, que a execra devido à questão religiosa; mais tarde, essa aversão também será baseada na questão econômica. Entretanto, tal proteção não é eficaz,

¹⁹⁰ Leon Poliakov possui diversas obras em que descreve a *História do Anti-Semitismo*, como em: **De Voltaire a Wagner**: História do Anti-Semitismo (1996); **De Cristo aos judeus da Corte**: História do Anti-Semitismo I (1979); **De Maomé aos Marranos**: História do Anti-Semitismo II (1996) etc. Esse autor examina diversos contextos históricos e a presença dos judeus em diferentes países europeus.

visto que muitos imperadores são coniventes com o massacre de comunidades judaicas, impelindo a população semita, quando possível, à fuga logo após o ocorrido.

Esses fatos fazem com que os judeus precisem cultivar bens de fácil mobilidade, como o dinheiro, ouro e jóias, os quais eram conseguidos pelos judeus através de práticas como o comércio e o empréstimo a juro, denominado usura, condenada pela Igreja Católica. Ao tentar sobreviver o judeu era visto como aquele que tem privilégios, dinheiro e amealha riqueza

Outra visão do judeu esteve atrelada à ideia daquele que ganha a vida como usurário, trapaceiro, estrangeiro, intruso, explorador, sendo, assim, considerado como um parasita que vive às custas de nações estrangeiras. Para corroborar o que foi dito podemos citar Lutero (1936 apud JOHNSON, 1995, p.252)¹⁹¹ um fervoroso antissemita que escreveu as seguintes palavras sobre a riqueza do judeu, que em seu ponto de vista era um usurário. Esse autor comenta que

[...][o judeu] é um incorrigível ladrão e assassino... Quem quer que coma, faz apodrecer e rouba o alimento de outrem, comete um assassinato tão grande (no que depende dele) quanto aquele que faz um homem morrer de fome ou o mata. Isso faz o usurário, e senta-se seguro em sua cadeira quando antes devia estar pendendo de uma forca, e ser devorado por tantas aves de rapina quantos florins roubou ... Portanto não há na terra maior inimigo do homem, depois do Demônio, do que um agarra-dinheiro e usurário, pois ele quer ser Deus para todos os homens... A usura é um monstro grande, enorme, como um lobisomem... E como quebramos na roda e decapitamos salteadores, assassinos e assaltantes de casa, o quanto mais deveríamos quebrar na roda e matar... caçar, amaldiçoar e decapitar todos os usurários!

Nas ásperas palavras de Lutero, que viveu no século XVI, podemos já observar muito do antissemitismo moderno, que viria mais tarde e contribuiria com o genocídio de milhões de judeus. Essa visão hostil e perniciosa justificava os *pogroms*¹⁹² e as expulsões do povo israelita no decorrer dos séculos. Tal pensamento destrutivo foi sendo propagado e adquiriu nuances novas – até chegar ao nazismo – com outros ideólogos, poetas e pensadores

¹⁹¹ LINDEN, W. (Org.). **Luther's Kampfschriften gegen das Judentum**. Berlim, 1936.

¹⁹² Ver definição da palavra *pogroms* no capítulo dois, nota 96, desta dissertação.

antisemitas de outros períodos, como, por exemplo, Herder, Kant, Hegel, Fichte, Schopenhauer etc., os quais viveram em diferentes contextos históricos, tendo, em grande parte, como denominador comum a animosidade contra os judeus e o judaísmo, que foi uma marca do período em que viveram. Exceção feita a Nietzsche, o qual desprezava os antisemitas, sendo ele um dos que respeitava o povo judeu.

Ao longo da história não só da Alemanha, mas da Europa, foi se formando uma imagem do judeu, que gradativamente passa a ser representado com alguns indicativos raciais – amplamente difundidos nos séculos XIX e XX¹⁹³ – que podem ser observados na figura do judeu. Esses semitas são, geralmente, traçados como aqueles cujo “[...] nariz é adunco, [possuem a] boca e orelhas proeminentes, faces macilentas” [e as barbas longas]. Ademais, outros indicativos raciais são apontados para caracterizar os judeus tais como o chapéu, a veste denominada caftan, a barriga proeminente de “homem de negócios de sucesso” etc.¹⁹⁴ Szniter (1996) assinala que o racismo

[...] veio associar atributos físicos a características culturais ou padrões de comportamento, e é justamente associada a esse universo mental que a divulgação de imagens estereotipadas ganha *veracidade*, não só junto às massas, mas também até junto a um público “mais culturalmente diferenciado”.¹⁹⁵

Essas características físicas podem ser observadas nos quadros humorísticos, que apresentamos nesta primeira parte da análise. A autora chama atenção ainda para o fato de a imagem dos judeus, nos cartazes de propaganda nazista, ser caracterizada como a de homens “gordos”, traço observado pela barriga saliente. Tal discurso buscava atingir um público de massas proletárias, que padecia com toda sorte de vicissitudes ou que estava até mesmo passando fome.

Elias Canetti (1995) considera que a associação dos judeus ao dinheiro foi

¹⁹³ Segundo Hilberg (1921 apud SZNITER, 1996, p. 114) “[...] o racismo anti-judaico teve seu início na segunda metade do século XVII, quando a ‘caricatura do judeu’ apareceu pela primeira vez em publicações. [A autora assinala ainda que] [...] Essas caricaturas foram a primeira tentativa de descobrir características raciais no judeu. Entretanto, o racismo somente adquiriu uma ‘base teórica’ no século XIX [...]”.

¹⁹⁴ SZNITER, op. cit., p.115.

¹⁹⁵ Ibidem, p.114.

amplamente reiterada pelos nazistas. Para o autor os judeus foram o principal objeto de ataque de Hitler durante a inflação do país.¹⁹⁶ De acordo com Canetti, os semitas

[...] pareciam feitos sob medida: sua velha ligação com o dinheiro, para cuja movimentação e variação de valor possuíam uma espécie de compreensão tradicional; sua destreza em atividades especulativas; sua afluência às bolsas, onde seu comportamento destoava gritantemente do ideal militar de conduta dos alemães – tudo isso só podia fazê-los parecer dúbios e hostis, numa época impregnada das suspeição e instabilidade e hostilidade ao dinheiro. O judeu, como indivíduo, era “ruim”: ele se dava bem com o dinheiro quando ninguém mais entendia do assunto e se preferia não ter mais coisa alguma a ver com ele.¹⁹⁷

Nesta passagem, o autor demonstra a ligação da imagem do judeu com dinheiro; essa representação foi explorada pelos nacional-socialistas em suas campanhas e comícios, relacionando-os aos problemas econômicos vigentes da época. A repetição constante de que o processo inflacionário e o dinheiro, ou a falta dele, estavam ligados ao semita foi uma das fórmulas encontradas pelo regime hitlerista para hostilizar os judeus e aliciar muitas pessoas a favor de sua causa e ideologia tanto em seus jornais quanto em outros meios de difusão como cartazes, panfletos, cinema etc.

Enfim, na sociedade alemã antes do nazismo e durante este regime falou-se e atacou-se repetidamente o semita ora com ataques verbais (como *judeu capitalista*, *usurário*, *judeu errante*¹⁹⁸, *parasita*, *porco etc.*) ora com agressões físicas. A combinação de antigas e novas expressões e mitos em relação ao judeu foi mantida e adquiriu nuances novas no nazismo como, por exemplo, a ideia de uma grande conspiração judaica internacional, que visava dominar o mundo. Tal sentimento, aceito sem exame crítico, apontava, mais uma vez, para o caráter traiçoeiro e demoníaco dos semitas.¹⁹⁹ A repetição estereotipada do judeu, via iconografia e linguagem, foi uma estratégia hitlerista tanto para atribuir culpas e atuar

¹⁹⁶ É importante observar que o período a que se refere Elias Canetti é aquele de grande inflação, os anos 20, quando há um número elevado de desempregados na Alemanha.

¹⁹⁷ CANETTI, E. **Massa e Poder**. Tradução Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 186.

¹⁹⁸ O judeu errante ou judeu eterno (Der Ewige Jude) refere-se “[...] ao mito cristão de Ahasverus, judeu que impediu Jesus Cristo de descansar quando ele carregava a cruz, e desde então foi condenado a errar pelo mundo sem descanso”. (SZNITER, op. cit, p. 117)

¹⁹⁹ Ibidem, p. 117.

criminosamente contra essa população quanto para “[...] preparar uma mentalidade favorável à exclusão dos judeus na sociedade”.²⁰⁰

A partir dessas informações, iniciamos nossas considerações sobre as piadas que abordam esse tema. Seguiremos a sequência das anedotas tal como justificada anteriormente. Assim, começamos nossa análise com a piada número 15 arrolada abaixo. Esta foi publicada no periódico alemão em 1935, página 1515.

Piada 15:

„Passen Sie auf, dort drüben tritt jeden Abend Punkt 8 Uhr ein starker Hirsch auf die Waldwiese!“

„Werden Sie denn auf ihn schießen?“

„J wo – ich möchte nur meine Uhr danach stellen!“²⁰¹

Esta figura nos mostra uma situação em que temos a imagem de um judeu e de um menino em uma floresta. O semita possui uma espingarda sobre as pernas. E temos um

²⁰⁰ Ibidem, p.136.

²⁰¹ “Preste atenção, lá do outro lado, toda noite, às 20:00 horas em ponto, aparece na campina um veado grande.”
 “O senhor vai atirar nele?”
 “Nunca, eu só quero acertar o meu relógio por ele.”

enunciado em forma de diálogo, iniciado pelo israelita.

A piada em destaque se enquadra naquilo que Freud (1905) denominou técnica de *deslocamento*, visto que sua “[...] essência consiste no desvio do curso do pensamento, no deslocamento da ênfase psíquica para outro que não o da abertura”. No texto humorístico em questão, o fato de o homem, cuja figura é de um judeu, ter uma espingarda sobre o colo e estar observando algo na floresta e saber a hora em que o animal surge, leva o garoto a pensar que ele vai caçar (atirar no sentido de “acertar” para matar) o animal e daí sua pergunta “Werden Sie denn auf ihn schießen?”.

Entretanto, o homem ao responder que vai apenas acertar o relógio, ele desloca o curso de pensamento. O riso gira em torno da forma verbal “danach stellen” (die Zeit auf einer Uhr ändern und so korrigieren) e do duplo sentido, neste contexto, da palavra “schießen” que tem um “uso múltiplo”,²⁰² visto que tanto pode significar “atirar” quanto “acertar” (ein Tier schießen ou etwas (irgendwohin) schießen), no caso da piada. Para Freud, “[...] um chiste de deslocamento independe, em alto grau, da expressão verbal. Depende aqui não das palavras, mas do curso do pensamento”.²⁰³

Antes de fazermos outras observações sobre tal piada, é importante apontarmos ainda para outras considerações de Freud sobre os chistes. O autor mesmo observa em sua obra *Os chistes e sua relação com o inconsciente* (1969) que sempre que empreendemos qualquer coisa temos uma intenção em mente. E isso ocorre também nos chistes. Assim, ele considera que a anedota não é “inútil e desinteressada”, mas possui um “[...] propósito inequívoco de suscitar prazer em seus ouvintes”.²⁰⁴

Para Freud como podemos observar na asserção acima, há nos chistes sempre um propósito. Ainda de acordo com o autor, os chistes são definidos em dois tipos, que ele

²⁰² Freud classifica de “uso múltiplo”, o que segundo ele “[...] as autoridades supõem definidor do caráter dos chistes como uma espécie de “jogo””.

²⁰³ Ibidem, pp. 68-69.

²⁰⁴ Ibidem, p. 115. E ademais, mais adiante o autor frisa que o segundo propósito das anedotas “[...] é o de promover o pensamento, aumentando-o e guardando-o da crítica”.

denomina de chistes “abstratos ou inocentes” e os chistes “tendenciosos”. Concentramo-nos no segundo, o qual tem um objetivo, ou seja, visa algum desígnio. Esse tipo de chiste, por sua vez, é classificado pelo autor através de duas variantes: o chiste hostil, cujo objetivo tende à agressividade, à sátira e à defesa, e o chiste obsceno, o qual tem como propósito o *smut*²⁰⁵ ou pornografia, isto é, o desnudamento.

De acordo ainda com o autor, um chiste tendencioso requer a participação de três pessoas. Aquela que faz o chiste, a que é objeto “[...] da agressividade hostil ou sexual” e uma terceira “[...] na qual se cumpre o objetivo do chiste de produzir prazer”. Ou seja, a terceira pessoa é aquela que lerá ou ouvirá a anedota, complementando assim o processo chistoso ao rir.

As considerações de alguns dos mecanismos da teoria freudiana sobre os chistes, que aqui expomos, justificam-se, dado que esses mecanismos nos ajudarão a entender e perscrutar como as anedotas funcionam e o que elas provocam no ouvinte ou no leitor que as lê. Pois através do envoltório da piada – a qual promove a subversão do julgamento crítico do leitor ou do ouvinte, na medida em que produz prazer provocado pelo riso – o autor dos textos humorísticos “[...] escolhe o método psicologicamente mais efetivo”²⁰⁶ para aliciar pessoas aos seus intuitos.

Reportando-nos novamente à piada apresentada, podemos observar que os fatores externos contribuem – isto é, os elementos históricos, podem adquirir o mesmo sentido de outrora ou matizes novos – para apreendermos o discurso da piada. Inserindo a anedota no período de governo autocrático de Hitler, podemos observar que este retrata o judeu como aquele que mente e ludibria o outro, e que apesar das evidências busca amiúde dissimular o que está tramando.

²⁰⁵ Segundo Freud (op. cit., p. 117) a palavra “[...] *smut* [se refere] a intencional proeminência verbal de fatos e relações sexuais. Na mesma página em nota de rodapé, o tradutor do livro explica que o vocábulo inglês *smut* não possui uma expressão correspondente no português. Segundo ele, no sentido literal, *smut* significa “fuligem”. Mas no sentido figurado, é definido como “pornografia”.

²⁰⁶ Ibidem, p.156.

Desse modo, a narrativa conduz o leitor ou o ouvinte de tal texto humorístico a pensar que o judeu não estaria com uma arma em seu poder se realmente quisesse somente “acertar” a hora do seu relógio. Essa piada aponta, de algum modo, para a leitura de que o semita além de mentiroso, ainda é agressivo, mas busca disfarçar ao ser indagado a respeito e pretende, de fato, enganar o garoto, ocultando desse modo suas verdadeiras intenções.

Assim, o autor desse enunciado manifesta suas posições de sujeito dentro de uma formação discursiva, que podemos identificar como aquela do governo vigente, aquela do poder dominante.

Outra leitura que podemos fazer diz respeito à palavra “*schießen auf*” (atirar, disparar sobre) e o desenho de uma espingarda, que neste contexto aponta para a violência do homem de Israel. Ao enunciar a palavra “atirar” juntamente com a situação na qual se vê uma arma de fogo no colo do homem, o autor da piada poderia evocar em alguns leitores a lembrança de morte, sangue, e algo ruim que traz à memória a falsa ideia de responsabilidade dos judeus sobre guerras civis, revoluções e da própria Primeira Guerra Mundial, em que não foram considerados nacionalistas. A iconografia nazista foi muito incisiva em atribuir tais responsabilidades aos judeus, mostrando-os como portadores da destruição. Até a Segunda Grande Guerra, Hitler apontou o judeu como responsável por muitos desses acontecimentos e, assim, justificou a sua matança.

Levando em consideração esse viés interpretativo, o caricaturista desse texto humorístico poderia estar a apontar para outra visão dos fatos, mostrando que não são os judeus as vítimas dos *pogroms* – que acontecem no decorrer da história alemã e europeia, em que o povo judaico é perseguido, morto e hostilizado desde 1096 –, mas sim que eles são os que perseguem, matam e ludibriam o outro. Essa possibilidade de falseamento da realidade seguiria o mesmo rumo de muitas produções da propaganda nazista, que visavam transmitir a mensagem do judeu como alguém insidioso.

Essa piada, interpretada a partir de tal visão negativa em relação ao israelita, mostra em que medida tal texto humorístico se enquadra no que Freud (1905) denominou de chiste hostil, o qual visa a um propósito; no caso da piada abordada, esse propósito seria o de fomentar a animosidade popular contra alguém que, segundo a ideologia vigente, age e possui caráter duvidoso, ou seja, contra os judeus.

A teoria de Freud sobre os chistes hostis deve ser retomada para que se possa entender um pouco melhor esse texto humorístico apresentado. Freud explana que impulsos hostis contra alguém deixam de ser exercidos por meio de atos violentos como socos ou outros tipos de agressões e passam a ser produzidos via “invectiva verbal”. O autor explica que somos reprimidos e aprendemos a controlar desde a infância os atos de violência contra nossos inimigos. O aprendizado de regras e de que há uma civilização superior impede-nos de agir com violência contra alguém, visto que isso também é algo proibido por lei. Destarte, substituindo os impulsos hostis pela “invectiva verbal” expressamos através das palavras (no caso de nossa piada por meio também da imagem) que “[...] nosso inimigo [é] pequeno, inferior, desprezível ou cômico, [e] conseguimos por linhas transversas, o prazer de vencê-lo”.²⁰⁷ Além de ridicularizar e tornar um inimigo inferior pelo viés verbal, o texto humorístico também

[...] subornará o ouvinte com sua produção de prazer, fazendo com que ele [o ouvinte] se alinhe conosco sem uma investigação mais detida, exatamente como em outras freqüentes ocasiões fomos subornados por um chiste inocente que nos levou a superestimar a substância de uma afirmação expressa chistosamente. Tal fato é revelado à perfeição na expressão corrente *‘die Lacher auf seine Seite ziehen* [trazer os que riem para nosso lado].²⁰⁸

Em outras palavras, por meio do chiste hostil busca-se a adesão da terceira pessoa – aquela que sente prazer e ri da piada – a uma causa. Isto é, por meio do riso e do prazer busca-se aliciar a “terceira pessoa” a concordar com as ideias expressas nos textos

²⁰⁷ FREUD, op. cit., p. 123.

²⁰⁸ Ibidem, 123.

humorísticos, em que “alguém, ou uma instituição” está sendo ridicularizada ou criticada. De acordo com as palavras de Freud, essa terceira pessoa, ao sentir prazer diante de tal chiste, será levada a concordar com aquilo que está sendo ali veiculado, sem se deter em uma investigação minuciosa sobre o assunto, sem cotejar a veracidade vivida pelos judeus no país. Pois o chiste hostil “[...] subverte o julgamento crítico”.²⁰⁹

Freud indica ainda que os chistes tendenciosos,

[...] são altamente adequados para ataques aos grandes, aos dignatários, aos poderosos, que são protegidos da degradação direta por inibições internas e circunstâncias externas, somos obrigados a levar em especial consideração certos grupos de chistes que parecem se dirigir aos inferiores às pessoas indefesas.²¹⁰

Como exposto acima pelo autor, o ataque das piadas serve convenientemente tanto para hostilizar pessoas ilustres e poderosas como também pode se voltar contra pessoas consideradas inferiores e indefesas. Neste último caso, o pai da psicanálise pondera, mais adiante, que a investida pode ser contra pessoas em si ou instituições, contra dogmas morais ou religiosos, ou concepções de vida, que tais pessoas representam. No caso específico aqui interpretado, o autor da anedota em questão visa tornar patente concepções estereotipadas sobre a vida do judeu considerado como alguém de caráter maldoso, mentiroso e enganador.

Pelas considerações apresentadas sobre esta piada, podemos concluir que tal texto humorístico visa, por meio do invólucro chistoso, seduzir a (terceira) pessoa ou leitor dessa piada a concordar com o que ali esta sendo veiculado sobre o judeu. Ou seja, demonstrar concordância com o fato de que o judeu seria realmente mentiroso, dissimulado e mensageiro da destruição. Essa representação do judeu propalada através do jornal, cujos dirigentes eram originalmente judeus, funciona como um importante instrumento para difundir as ideias da ideologia nazista pelo viés do humor e consegue um efeito mais eficaz ao se considerar que estava sendo divulgada por um órgão da imprensa pertencente à própria comunidade judaica

²⁰⁹ Ibidem, p. 156.

²¹⁰ FREUD, op. cit., p. 125.

(visto que o público não sabia que o jornal não mais pertencia à família Ullstein).

A segunda piada, que analisaremos é a de número 46. Ela foi editada no ano de 1935, página 2136 e desenhada por Charlotte Kleinert e nos apresenta o seguinte discurso exposto abaixo.

Piada n° 46

... also jetzt zum fünfzehnten und letzten Male: Geld oder's Leben!!!²¹¹

Como nos indica a gravura exposta, o desenho é composto por um judeu e um ladrão numa situação de assalto. Nesse enunciado temos um duplo esquema semântico, que gira em torno das palavras Leben (vida) e Geld (dinheiro). O aspecto positivo assenta-se sobre a palavra vida, que na cultura ocidental é um bem maior, que deve ser valorizado, em detrimento do dinheiro. E o outro é o lado negativo: o dinheiro, que para o judeu nesta piada transmite a ideia de ser mais importante do que a vida (pela quantidade de vezes que o ladrão, dá-lhe voz de assalto).

²¹¹ „...bem agora pela décima quinta e ultima vez: o dinheiro ou a vida“.

Entretanto, cabe aqui ressaltar, que na cultura judaica a vida humana é de suprema importância “[...] por causa do relacionamento imaginativo do homem com Deus, que é manifesto no verso 6 do Genesis 9”.²¹² No decorrer da história do judeu na Europa, sabe-se que a sua vida esteve amiúde em perigo e que a vulnerabilidade era constante, já que podia ser atacado a qualquer momento em decorrência de algum acontecimento natural ou inventado²¹³, sendo o judeu sempre responsabilizado por esses.

Podemos dizer que a vida do judeu e seus bens nunca estiveram realmente seguros no solo alemão e em outros países europeus vizinhos, sendo essa comunidade acolhida e espoliada de acordo com os interesses daquele que estava no governo do país. A força e a violência obrigavam os judeus a deixar o lugar em que viviam a qualquer instante ou em curto prazo, e o dinheiro era uma das poucas formas que possuíam para reconstruir a sua vida em outro lugar e pagar para que ela (a vida) tivesse um mínimo de proteção, o que nem sempre era uma garantia.

Isso fica oculto ou é ignorado no contexto da piada em questão, dado que na memória e no imaginário dos indivíduos da década de 30 do século XX propaga-se outra “verdade”; eles partilham de outra cultura e crença então dominantes, ou seja, aquela que vê o judeu como capitalista rico, que valoriza sempre a riqueza e o dinheiro em primeiro plano, não levando em consideração a vida.

No que concerne à teoria discursiva, é importante observar que o sujeito do discurso desse texto humorístico se apropria da linguagem de um modo social, expressando, assim, um dizer já sedimentado na sociedade, que é o de que o judeu é ganancioso, aquele que tem um apego excessivo ao dinheiro e aos bens materiais. A mensagem transmitida pela piada busca reforçar a visão de que o dinheiro é mais importante do que a vida para o judeu. Essa

²¹² JOHNSON, op.cit., p. 21.

²¹³ De acordo com Sorlin (op. cit.,) a famosa epidemia da Peste Negra foi atribuída como sendo obra dos judeus. Segundo a opinião popular foram os judeus que contaminaram os poços e as fontes com tal doença. O autor cita ainda inúmeras outras fantasias populares que eram vinculadas à comunidade judaica.

visão antissemita da usura, muito enfatizada em outras épocas, foi endossada pelos nazistas no período da República e após a sua chegada ao poder.

Além do clichê de usurário, professado em outras épocas, o autor reforça o ponto de vista nazista, que constrói o estereótipo do judeu dissimulado, que “finge” não ouvir a voz de assalto, – já que possui um aparelho no ouvido, mostrando que não consegue entender, visto que é surdo ou ouve mal – apesar de todos os gestos de violência do larápio, que já, em si, apontam diretamente para um assalto.

Além dessas leituras apontadas, podemos dizer que há outros efeitos de sentido que aí funcionam. O primeiro é o da violência e da agressividade, já tão empregadas contra os judeus no período. Embora o assaltante não esteja batendo no homem ou não tenha chegado a vias de fato, ele encena violência ao molestar o israelita insistentemente com a ordem para que entregue o dinheiro, dando ao judeu uma última chance com a declaração final e irrevogável de “also jetzt zum fünfzehnten und letzten Male”. Além da fala, temos ainda no quadro iconográfico dessa anedota imagens que reforçam a intimidação, como a mão esquerda do larápio em forma de arma, um pedaço de pau na direita e a expressão facial do assaltante de nítida cólera.

Para a Análise do Discurso, as formações discursivas exprimem no discurso as formações ideológicas. Ou seja, por meio das palavras do sujeito podemos identificar suas crenças e ideologias, materializadas no texto. Assim, podemos mencionar que os elementos da formação discursiva antissemita no que tange ao campo econômico estão assentados em fundamentos da formação ideológica nazista, que consideram o judeu como sovina, agiota, mentiroso etc.

Nesse sentido, podemos dizer que o autor da piada 46 encontra-se numa formação discursiva a favor do nacional-socialismo, pois o sentido de suas palavras defende/aceita o ponto de vista da ideologia nazista, descrita acima, que vê o judeu como usurário, avaro e

dissimulado. Assim, o sujeito discursivo dessa piada aponta para uma visão antissemita, reiterando conceitos e preconceitos econômicos sedimentados contra o judeu, a qual está muito presente e arraigada na maior parte da sociedade alemã desse período.

Esse autor retrata o judeu enquanto homem rico e fingido que não se importa com o ladrão, que é caracterizado como alguém (ou como a população alemã) sem dinheiro e pobre, que passa fome no país. Essa ideia pode ser lida através da imagem do judeu todo fechado e confortavelmente abrigado em seu sobretudo, enquanto o ladrão, vociferando de raiva, está trajando apenas um pulôver.

A leitura desse chiste pela teoria escolhida nos mostra que a análise não deve se pautar pela superfície de evidências (linguísticas), mas ir além delas e trazer da exterioridade constitutiva do discurso o complexo jogo em que se revelam as diversas vozes que o determinam. No exemplo deste texto humorístico podemos perceber, por meio da leitura das condições de produção, que há um trabalho com sentidos nos quais “o judeu”, foi sendo estereotipado e estigmatizado na sua trajetória histórica não só na Alemanha, mas também em outros países da Europa.

Nos quadros humorísticos apresentados, se a figura que aparecesse ao lado do ladrão fosse a de uma mulher ou de qualquer outra pessoa, os efeitos de sentidos mobilizados seriam outros. Mas o autor ao colocar a figura do judeu, ele ativa outra memória discursiva, ou seja, o interdiscurso retoma dizeres já falados em outros lugares da história e que falam na atualidade, isto é, no contexto vigente onde o chiste circula.

E esse “já dito” sobre os judeus, embora ganhe maior expressividade e força na comunidade alemã dos anos 30 com os discursos de Hitler contra os semitas, pode ser percebido em outros períodos da história, como já demonstrado nesse trabalho no segundo capítulo. Nesta perspectiva, o sentido, seja de uma palavra ou de uma imagem, é sempre perpassado de várias vozes já constituídas historicamente em sociedade. Elas estão sempre se

movendo e ganhando nuances novas, e desse modo resignificando.²¹⁴

Enfim, resta frisar que a representação do judeu assinalado nesta piada funciona como um dos mecanismos de propaganda utilizado pelos nazistas, tal como aquele que recorre aos sentimentos, visando exortar a indignação do povo em relação ao judeu, que tem dinheiro e amalha riquezas. Essa imagem do judeu associada ao dinheiro, reiterada inúmeras vezes pelos nazistas, suscita no leitor conceitos já arraigados socialmente em relação ao israelita como o de usurário, sovina, avaro, ganancioso etc.

Tais caracterizações estereotipadas do judeu fortalecem o imaginário popular de que tal povo não passa pelas mesmas dificuldades financeiras que os alemães em tempos difíceis, pois o judeu manipula o câmbio e o mundo das finanças, enquanto o povo passa fome. Visão essa que contribui para reforçar a ideologia nazista vigente.

O próximo texto humorístico que analisaremos foi divulgado no semanário alemão no ano de 1936 sob o número 41. Ele expõe um quadro e somente uma sequência discursiva, em forma de indagação.

Piada n°41

²¹⁴ ORLANDI, E. op. cit., 2007a.

„Sagen Sie mir nur eins, Schwester: sieht das Baby mir oder meiner Frau ähnlich?“²¹⁵

O enunciado desta piada associado ao desenho do homem – que nos permite pensar ser a de um judeu pelas características do rosto com barba comprida e do chapéu – leva o leitor a rir do que está sendo dito se compreendermos que a preocupação do homem se baseia na aparência e não com a criança em si, se ela está bem ou não. Interesse ou sentimento que não é natural, dado que um pai geralmente está apreensivo em saber se o filho é saudável e passa bem.

Como transparece nesta piada, o pai nutre um sentimento egoísta, de aguçada autoestima, ele está centrado em si mesmo, pondo o nascimento do filho e as dores da esposa, que acabou de conceber uma criança, num segundo plano. O que interessa ao homem é somente que o descendente possua suas características, dando assim continuidade de si. Isto é observado pela única pergunta, aparentemente inesperada, do judeu à enfermeira: “Sagen Sie mir nur eins, Schwester: sieht das Baby mir oder meiner Frau ähnlich?”

²¹⁵ “Diga-me apenas uma coisa, enfermeira: o bebê se parece comigo ou com minha mulher?”

Como o homem que está retratado no quadro é um semita, e o período é o da Alemanha nazista, nos é permitido fazer leituras que não faríamos se fosse outro contexto histórico e outra pessoa. Assim, podemos dizer que o autor dessa piada busca mostrar que o judeu não possui sentimento e preocupação com sua família (esposa e filho internados na maternidade). O enunciador retrata o semita como alguém frio e egocêntrico, pois se importa somente consigo mesmo, subvertendo assim valores cultivados nas relações familiares.

Nesse sentido, a esposa é somente um objeto que poderia dar continuidade a ele, uma parideira. Esse comportamento do israelita é consoante com o que Hitler havia divulgado nas páginas de *Mein Kampf* nas quais afirma que o judeu “[...] tem por princípio conservar sempre a pureza do ramo masculino. Envenenando o sangue alheio, zela[ndo] sobre o modo pelo seu próprio”.²¹⁶

O discurso desta anedota só é entendido pelo leitor se ele estiver inserido no contexto ou tiver conhecimento do período sob o qual o texto humorístico foi produzido, ou seja, para uma leitura adequada é necessário conhecer as condições de produção do discurso. A piada número 41 foi elaborada para circular em uma sociedade em que o semita possui atributos negativos, como o de impassividade, falta de escrúpulos, vilania etc. No caso específico dessa piada ele é apresentado como alguém caracterizado por um comportamento inadequado, ou fora dos padrões morais de um genitor.

Essa anedota evoca, ainda que indiretamente, uma das ideias muito apregoadas pela propaganda nacional-socialista no período, que foi o conceito de família. Nos anos de 1935 e 1936, o NSDAP difundia a imagem da família “ariana” harmoniosa e feliz nas campanhas sociais do partido. Esse modelo familiar reproduzia uma sensação agradável de afeto e paz. Padrão esse que falta ao judeu dessa piada, o qual parece não possuir afeto ou amor, ao ter um comportamento destoante dos padrões normais do modelo “ariano”. O chiste

²¹⁶ HITLER, op. cit., p. 204.

reforça a concepção nazista de que a comunidade judaica é composta de um “povo estranho”, diferente, que não se norteia pelos conceitos familiares que regem a sociedade alemã da época.

No caso da piada apresentada o processo discursivo é construído em torno da palavra “ähnlich”, que denota a formação discursiva desse enunciador e aponta para a concepção de que o judeu é egoísta e só pensa em si próprio, em seus descendentes, na medida em que estes significam a preservação de sua própria etnia.

Piada n° 47

Der Freß-Spießer.

„Es gibt ja Fleisch, aber... kann ich nicht bei Ihnen als stiller Teilhaber eintreten, Meister?“

„Sie irren sich, bei mir werden Schweine nicht gemästet, nur abgestochen“.²¹⁷

O texto e o quadro humorístico, que apresentamos acima, foram publicados no ano de 1936, na página 1881, cuja piada é a de n°47. Esse texto humorístico apresenta uma

²¹⁷ Burguesinho comilão.

“Carne tem, mas... eu não poderia entrar como sócio oculto no seu açougue senhor?”

– O senhor se engana no meu estabelecimento porcos não são cevados, apenas são sangrados.”

situação em que temos o desejo de um homem designado como “freß Spießer” (burguesinho comilão)²¹⁸ de ter uma sociedade com outro, que possui um açougue. O dono do estabelecimento de carnes, que está acompanhado de um garoto, responde de modo hostil ao “freß Spießer”: “Sie irren sich, bei mir werden Schweine nicht gemästet, nur abgestochen” (O senhor se engana, no meu estabelecimento porcos não são cevados, apenas sangrados.)

Antes de abordarmos esse trecho transcrito da piada, faremos algumas considerações sobre as imagens do quadro e sobre o título deste chiste. A figura do semita neste quadro nos remete a visão do “judeu capitalista”, que foi amplamente difundida na propaganda nazista da década de 20. Podemos dizer que essa imagem possui uma relação com a “dos exploradores capitalistas”, tão divulgada nos cartazes antissemitas do período da República alemã.

Os nazistas se deleitavam em mostrar tais cartazes dado ao quadro de instabilidade econômica do país, em que a fome grassava nas camadas populares, devido principalmente à inflação e ao desemprego. Esses israelitas são, geralmente, designados nesses cartazes ou panfletos como homens gordos e bem nutridos, que possuem bens e dinheiro. No caso da imagem apresentada, o poder aquisitivo do homem que quer entrar “de forma oculta” na sociedade pode ser notado pelo anel que brilha em uma das mãos do judeu.

O título dessa piada, que poderia ser, em uma tradução ao pé da letra, “burguês devorador”, aponta que o sujeito-autor deste texto de humor é atravessado por uma formação discursiva dominante, que vê no judeu aquele que se assemelha a um animal, pois almeja “devorar” o negócio do outro firmando uma sociedade, em que ele (o semita) será o “stiller Teilhaber” (sócio oculto).²¹⁹ Ou seja, aquele que entra com o capital.

²¹⁸ Optamos pela tradução de “burguesinho comilão” ao invés de “burguês devorador”, pois o diminutivo preserva o sentido da crítica veiculado na anedota. É importante explicar ainda que os verbos “mästen” e “abstechen” foram traduzidos pelos termos “cevados” e “sangrados”, os quais são usados na criação e no abate de porcos.

²¹⁹ Esta expressão, de acordo com a acepção retirada do dicionário Wahrig (1997, p. 1216), denota um “[...] Gesellschafter, der nach außen hin nicht in Erscheinung tritt, aber gewisse Rechte hat”. (sócio, que não aparece

Ademais, o título *Freß-Spießer* nos remete a mais um sentido negativo, pois “*Freß*” vem do verbo *fressen*, que tem a acepção, na linguagem coloquial, de devorar, sendo normalmente empregado para animais que devoram sua comida. Todavia, o termo também é usado para humanos que se comportam à mesa como se fossem animais. No que tange ao vocábulo “*Spießer*” (burguês), este também possui um sentido pejorativo quando designa alguém. O termo é usado para nomear o pequeno burguês, aquele que não tem abertura de espírito e demonstra apenas interesse em bens materiais.

No que concerne ao texto humorístico, ele nos remete a iconografia repulsiva do porco (*Schwein*), que na Idade Média esteve vinculada à imagem da porca (*Judensau* cristão), que segundo Johnson (1995) “[...] gradualmente veio a simbolizar todas as pessoas impuras, pecadores, heréticos, acima de tudo judeus”.²²⁰ É relevante frisar também que a palavra “*Schwein*” tem uma conotação de palavrão na linguagem comum “[...] como uma das ofensas mais usadas para designar pessoas desonestas e de mau caráter”.²²¹ Ademais, no que se refere à tradição judaica, a carne de porco não é permitida aos judeus praticantes, visto que segundo os preceitos religiosos desse povo o porco é um animal impuro e não deve ser comido.

É importante notar que o sujeito-autor dessa piada se enquadra na formação discursiva não só do antissemitismo nazista (o qual acredita que o judeu é um explorador, alguém que sempre quer “sugar”/ “parasitar” o outro e assim levar vantagem sobre o negócio de outrem), mas também do antissemitismo religioso. Observamos no caso do texto humorístico apresentado que o judeu busca ser sócio de um homem que aparenta ser “alemão”. A esse sentido de aproveitador pode-se acrescentar ainda as reminiscências do antissemitismo religioso da época medieval, que vê o judeu como alguém sujo e pecador.

Desse modo, podemos salientar que o autor dessa piada é atravessado não só pela

aos de fora (oculto), mas que tem direito garantido – tradução nossa) Ou seja, seria o sócio, que empregaria apenas o capital, mas não participaria da gestão dos negócios. O compromisso de tal sócio se restringiria apenas ao dinheiro subscrito no comércio.

²²⁰ JOHNSON, op. cit., p. 240.

²²¹ DIEHL, op. cit. p. 93.

posição ideológica do regime nazista em suas palavras, mas também por outras posições que falam através de seu discurso, vozes que ele não tem como controlar, mas que significam nele. Esse entrecruzamento de diferentes formações discursivas aponta sua presença tanto no texto quanto no sujeito, que construiu tal piada, mostrando que ele é composto por uma interdiscursividade, que o atravessa no momento da formulação de tais anedotas, ou seja, no intradiscurso.

Essa piada retorna de forma explícita a conotação de violência. Ela é mencionada de modo bastante claro e direto na voz do açougueiro que diz ao judeu: “Sie irren sich, bei mir werden Schweine nicht gemästet, nur abgestochen”.²²² Esse discurso indica tanto que não se deve comercializar com os judeus – visto que eles são exploradores do povo – quanto que eles são animais, os quais precisam ser extintos.

Podemos observar que a figura em destaque do semita, caracterizado nesta piada nº 47, difere dos outros três israelitas anteriores: ele não possui barba cumprida, caftan, mas somente uma barriga saliente e um anel de valor, que brilha. Essas imagens eram bem comuns nas representações do judeu europeu, sendo elas normalmente publicadas na imprensa alemã em períodos dos idos 20, como referido.

Portanto, é interessante notar que o discurso dos textos apresentados possui uma memória que fala em suas vozes. Embora muitos desses sujeitos-autores não tenham vivido em outros períodos da história alemã, o discurso destas épocas estão também presentes em seus textos, devido a uma memória discursiva. Muitos desses desenhistas e enunciadoreis humorísticos, provavelmente, desconheçam algumas das filiações de sentidos que aqui expomos, mas elas são partes constituintes de seus dizeres. Essas vozes apontam e marcam as suas posições ideológicas e seus pontos de vista, que fazem referência às instituições as quais eles aderem.

²²² – O senhor se engana no meu estabelecimento porcos não são cevados, apenas são sangrados.”

Os sujeitos dos discursos desses textos humorísticos se enquadram naquilo que Pêcheux denominou de esquecimento um e dois. O primeiro esquecimento, denominado como esquecimento ideológico, é para a Análise do Discurso “[...] da instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia”.²²³ Esse modelo de esquecimento nos dá a ilusão de que somos a origem do nosso dizer. No entanto, nos utilizamos de sentidos já preexistentes em sociedade.

O segundo esquecimento, parcial e semiconscente, é aquele em que o enunciador tem a impressão, denominada pela Análise do Discurso de ilusão referencial, que o leva a pensar que “[...] há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo”. Orlandi afirma que para esse autor, o que ele enuncia só pode ser expresso com aquelas palavras que ele empregou em seu texto e não com outras. Segundo a autora, “[...] é o chamado esquecimento enunciativo [o qual] atesta que a sintaxe significa: o modo de dizer não é indiferente aos sentidos”.²²⁴

Descrevemos esses dois esquecimentos para mostrar que não temos como controlar os sentidos, que se realizam em nossos discursos, embora muitas vezes acreditemos que eles se originem em nós no momento em que os enunciamos. De acordo com Orlandi “[...] eles são determinados pela maneira como nos inscrevemos na língua e na história e é por isto que significam e não pela nossa vontade”.²²⁵

Em outras palavras, o autor e o desenhista desse último texto humorístico, ao animalizar o judeu expressam uma concepção condizente com a formação ideológica nazista de doutrina racial. Paralelamente, esses profissionais também se inscrevem em outros períodos históricos, como aquele da Idade Média, época essa que eles não vivenciaram, mas que fala em seus discursos.

Para concluir esta primeira parte da análise, são importantes algumas observações

²²³ ORLANDI, op. cit., 2007a, p. 35.

²²⁴ Ibidem, p. 35.

²²⁵ Ibidem, p. 35.

sobre os textos humorísticos aqui apresentados. Em primeiro lugar, três dessas anedotas mostram a questão da violência atrelada à imagem do semita. Ora ele está na condição de praticante, executor da violência (piada 15) ora na condição de vítima (através das palavras do assaltante, piada 46, e do açougueiro, piada 47). Essa violência poderia talvez não estar vinculada à intenção e ao propósito do autor das anedotas, mas foi assimilada pela repetição com que essas situações ocorreram em diferentes contextos históricos. Assim, esse ato de opressão inscreve-se na memória discursiva desse indivíduo que a reproduz, atualizando os sentidos de tais chistes para o período vigente, o da Alemanha nazista.

Ademais, uma observação a respeito dessas piadas que nos chamam atenção concerne ao contraste entre as personagens dos quatro desenhos pintados pelos diferentes caricaturistas. Percebemos que tais desenhistas construíam a imagem do judeu com vestimentas e traços escuros, enquanto os outros personagens aparecem no quadro onde há uma incidência maior de claridade. No primeiro quadro temos o traje escuro do semita, cuja árvore atrás de si reforça isso, em contraste com o menino, que apesar do traje escuro, é cercado de cores em tons brancos. No segundo desenho o judeu está todo vestido de preto, enquanto o ladrão usa um pulôver de cor clara. Na terceira imagem temos uma enfermeira de traços finos e delicados, com uma aparência que dá a ideia de tranquilidade e serenidade, reforçada pelos tons claros de sua vestimenta e à direita, contrapondo-se a essa ideia, está um homem que se veste com cores mais escuras do que as da mulher. O modo desajeitado do homem é frisado por seus traços de preocupação e a cor escura de seu cabelo e barba. O judeu, portanto, está, em todas as ocasiões aqui mencionadas, ligado ao escuro, tonalidade que, no sentido figurado, denota várias acepções como: “[...] cercado de mistério ou suspeita; que não tem clareza, inteligibilidade; que é sombrio e tenebroso etc”.²²⁶

É importante mencionar ainda no que tange ao texto na perspectiva de gênero

²²⁶ Houaiss, op. cit., p.1213.

humorístico que ele visa também a subornar o seu ouvinte com a sua produção de prazer, “[...] fazendo com que ele se alinhe [com o autor] sem uma investigação mais detida “[...] [trazendo assim] os que riem para o [seu] lado”. Em outras palavras, o chiste ao produzir prazer naqueles que o ouvem, busca levá-los a aderir o seu ponto de vista. Freud diz ainda que “[...] é muito duvidoso que uma pessoa que dá livre curso a um chiste conheça a precisa intenção deste”.²²⁷

Enfim, é importante aventar que o riso é algo coletivo. Bergson revela que nas sociedades “[...] o riso subentende um acordo prévio implícito, uma cumplicidade quase, diria eu, com outros que, reais ou imaginários, também riem”.²²⁸ Assim, o riso só acontece quando as pessoas pertencem a um mesmo grupo social e compartilham de uma mesma memória social, dividindo, assim, as mesmas crenças e ideologias. As pessoas de determinada comunidade ao partilharem dessas piadas apresentadas, que lhes dão prazer, com temáticas como a usura, a mesquinhez, a falta de amor pelo filho e pela vida do semita, contribuem ainda mais para excluir e exortar o povo contra o judeu. Desse modo, essas anedotas sob a égide da diversão, com conteúdos que deturpam e ridicularizam o judeu, ajustam-se à visão ideologizada do nazismo, contribuindo para facilitar seu objetivo: livrar o povo alemão de tal minoria étnica.

4.2 - Análises dos textos humorísticos referentes à mulher

Nesta segunda parte da análise dos textos humorísticos editados nos primeiros anos do governo hitlerista pelo semanário *Berliner Illustrierte Zeitung* o foco de interesse está voltado às piadas cuja temática traz à baila a figura feminina. Conforme anteriormente

²²⁷ FREUD, op. cit., pp. 123-124.

²²⁸ BERGSON, op. cit., p. 16.

mencionado, as anedotas selecionadas são as de números 18, 21, 38, 39 (dois textos humorísticos, que designamos 39a e 39b) e 53, as quais se encontram localizadas, respectivamente, nas páginas 781, 1395, 1435 e 2136 do jornal supracitado. As anedotas de números 38 e 39 (a e b) são publicadas no ano de 1935 e as outras três, 18, 21 e 53, no ano seguinte.

À guisa de introdução ao tema apresentamos, em linhas gerais, um perfil da mulher alemã na sociedade nazista dos anos 30, e também em períodos anteriores a este, como da década de 40 do século XIX até após a Primeira Guerra Mundial do século XX.²²⁹ Pretendemos apenas retomar alguns fatos importantes de tais contextos históricos, os quais contribuíram para a mudança na vida e no comportamento da “nova”²³⁰ mulher alemã, como ela será caracterizada nos anos 20 do século XX.

Esse termo “nova mulher” emergiu no final do século XIX na Europa, mas só se tornou comum na sociedade alemã em meados de 1920. Essa expressão representa os primeiros sinais da emancipação feminina, que tanto designa importantes mudanças estruturais e comportamentais²³¹ quanto o surgimento da mulher na vida política do Estado. Esse novo padrão feminino lutou por um lugar na sociedade, autonomia financeira e uma vida independente dos padrões morais e convencionais do século XX, tornando-se, assim, “[...] um dos símbolos mais proeminentes da época moderna”.²³²

Entretanto, com a ascensão do líder nacional-socialista ao poder, em 1933, a

²²⁹ O período que vai da década de 40 do século XIX até a primeira grande guerra mundial do século XX foi eleito porque é o intervalo de tempo em que as mulheres começam a dar os primeiros passos rumo à sua emancipação. Neste ínterim, elas fundam as primeiras associações femininas, passam a requerer alguns de seus direitos e conquistam as primeiras vitórias no âmbito sociopolítico alemão.

²³⁰ Essa denominação está relacionada à atuação social feminina, que permeia diferentes setores da vida em sociedade como a política, a educação, a saúde, a indústria etc. Todavia, é importante destacar que muitas mulheres, no início do século XX, ainda não se enquadram em tal paradigma moderno, já que em alguns segmentos de classe, como a média e a aristocrática, essas mulheres, em diversos aspectos, ainda viviam sob o domínio familiar.

²³¹ No que diz respeito às mudanças estruturais na vida feminina podemos citar o trabalho remunerado, o acesso e o direito a educação, autonomia enquanto cidadã etc. No que se refere às transformações de comportamentos podemos citar a sua participação cada vez mais expressiva na vida social como, por exemplo, na prática de esporte, dança e o ato de fumar.

²³² GANEVA, M. **Women in Weimar fashion: discourses and displays in German culture 1918-1933**. USA: Camden House, 2008, p. 35, tradução nossa.

concepção de importância do gênero feminino muda, e propala-se a ideia de uma mulher tradicional, dedicada à maternidade, ao marido, aos filhos e aos afazeres domésticos, mulher esta apolítica, cuja participação social deveria ser restrita.

Os nazistas buscaram valorizar a mulher no que diz respeito à sua função de reprodutora da espécie e cerceá-la ao espaço doméstico. A figura feminina personificava o papel da “guardiã da raça alemã” e deveria estar afastada do que acontecia na vida política do país, pois seu mundo não era esse. Se tentarmos traçar um perfil da mulher durante o regime autocrático de Hitler, veremos que ela possui um espaço de atuação restrito aos conceitos propagados pelo NSDAP, pois estava confinada ao lar (como mãe), aos trabalhos domésticos e com a incumbência de executar bem o seu papel segundo a pedagogia do governo vigente. Pregava-se a ideia de “Volksgemeinschaft”,²³³ uma comunidade em que homens e mulheres desempenhariam seus papéis segundo a nova ordem política.

Lenharo afirma que

A pedagogia nazista para a mulher não ia além, pois, de prepará-la para a maternidade. [...] uma boa idéia do que se esperava da mulher: procriar, ensinar valores fundamentais da nação, reservar-se apenas ao trabalho doméstico. [...] além disso, porém, toda a orientação ideológica prescrevia para os homens e mulheres o cumprimento de funções sociais extremamente determinadas pelos atributos biológicos.²³⁴

O trecho supracitado nos dá uma ideia do que se esperava da mulher e do homem no nacional-socialismo: cumprir funções sociais de acordo com sua base biológica. Para o governo nazifascista, a imagem da mulher deveria estar atrelada, principalmente, à maternidade, dada a sua biologia para isso. Ademais, ela deveria se dedicar também à família, ao lar e aos trabalhos domésticos.

²³³ Dölling, (2003, p. 04) em seu trabalho **Die Rolle der deutschen Frau im Dritten Reich**: zwischen Ideologie und realen Notwendigkeiten, explica o conceito de Volksgemeinschaft, que segundo ela „[...] ist eine Gemeinschaft abseits von Standesunterschieden, jedes Mitglied ist sich seiner Aufgabe und Rolle bewusst und arbeitet für das Ziel, den Erhalt der Gemeinschaft. Um das Ziel einer „höherwertigen Rasse“ zu erreichen, bedarf es klar getrennter Räume zwischen den Geschlechtern, so das Mann und Frau ihre Rolle im Kampf wahrnehmen können.“

²³⁴ LENHARO, op. cit., pp. 69-70.

Essa postura em relação ao feminino já podia ser observada em 1921, quando Hitler decidiu em assembleia geral, em conluio com mais alguns membros do partido, que uma mulher jamais poderia ser admitida na direção ou na comissão dirigente do NSDAP. Para ele, a política só deveria ser exercida por homens, uma vez que, segundo a ideologia vigente, as mulheres nada entendiam neste meio.²³⁵

Essa visão do líder nazista era adotada e reforçada também por outros membros do partido como Hermann Esser para quem “[...] as mulheres deviam estar na cozinha e no aposento do lar, elas deviam estar a educar os seus filhos”.²³⁶ Essas atividades exclusivas atribuídas à mulher pretendiam não só restringir a importância da figura feminina ao âmbito doméstico, mas também já antecipava o desejo de bani-las da vida política e profissional alemã, uma vez que nessa comunidade proclamada pelo partido nacional-socialista, cada membro do povo tinha uma obrigação e um papel a cumprir.

Se durante a República de Weimar as mulheres haviam conquistado um espaço sociopolítico na vida alemã, visto que trabalhavam, estudavam, votavam e até conseguiram ocupar altos cargos profissionais, apesar das diferenças salariais entre os gêneros, a partir de 1933, mais precisamente após a lei “de renovação dos funcionários públicos”, elas passam a ser demitidas de seus cargos públicos pelo Estado. De acordo com Schad (2001) tais dispensas não se limitaram somente aos setores públicos:

Em pouco tempo, foram demitidas quase todas as diretoras de escola, cujas colocações deviam ser ocupadas pelos homens. O seguro licença foi dificultado às médicas e a carreira de juiz foi suspensa às advogadas/juristas. A proporção de estudantes femininas nas disciplinas jurídicas retrocedeu 47,9 por cento de 1933-1934.²³⁷

Além das demissões acima mencionadas, as mulheres deveriam resignar-se a serem “sustentadas pelo marido ou pai” e seguir “a nova orientação” do regime em atos

²³⁵ SCHAD, M. “Die Frauen gehören heim in die Küche und Kammer”: Frauenleben unterm Hakenkreuz. In: LEUTHEUSSER, U. **Hitler und die Frauen**. Deutsche Verlags-Anstalt, Stuttgart münchen, 2001, p. 129.

²³⁶ Ibidem, p. 129, tradução nossa.

²³⁷ SCHAD, op. cit., p. 136, tradução nossa.

cotidianos como o de não fumar,²³⁸ já que para Hitler “[...] uma mulher ariana não fuma”, e o de não se maquiar. A autora supracitada menciona também que os filmes nazistas, outro meio de “propaganda nazista”, reforçavam a ideia dos papéis masculinos e femininos nas brincadeiras infantis, apontando para uma distribuição de suas futuras funções, em que o menino tornava-se aviador e a menina mãe.

Consoante às informações dos autores citados, podemos mencionar ainda o que afirma Görtemaker (2011) no livro *Eva Braun: a vida com Hitler*. Segundo esta autora a propaganda do NSDAP referia-se a “[...] um mundo feminino totalmente restrito ao âmbito doméstico e social”.²³⁹ A autora assinala também que Hitler afirmou publicamente – em um congresso da Liga das Mulheres Nacional-Socialistas, realizado em 1934 na cidade de Nuremberg – que há dois mundos: o do homem, que é o do Estado voltado à luta e “[...] à dedicação ao coletivo” e o da mulher que “[...] é o do marido, da família, dos filhos e do lar”. Mais adiante, ele menciona ainda que a figura feminina é “[...] a ajudante do homem”, a “sua mais fiel amiga” e “irmã de armas”.²⁴⁰

Essa condição de inferioridade que a mulher ocupa tanto nessa declaração de Hitler quanto na propaganda oficial do partido, já havia sido exposta anteriormente nas páginas de *Mein Kampf* em 1925, quando Hitler se refere às massas, comparando-as à figura feminina. Segundo tal autor

Assim como as mulheres, cuja receptividade mental é determinada menos por motivos de ordem abstrata do que por uma indefinível necessidade de uma força que as complete e, que por isso, preferem curvar-se aos fortes a dominar os fracos, também as massas gostam mais dos que mandam do que os que pedem e sentem-se mais satisfeitas com uma doutrina que não tolera nenhuma outra do que com a tolerante largueza do liberalismo.²⁴¹

²³⁸ Embora os nazistas se empenhassem em campanhas nacionais antitabagismo, inclusive com cartazes em cafés e restaurantes, contra as consumidoras de tabaco, na Chancelaria do Reich eram oferecidos “[...] cigarros egípcios às senhoras”. (1951, apud GÖRTEMAKER, 2011, p. 87) Meißner, H. O. **So schnell schlägt Deutschlands Herz**, Gießen, 1951.

²³⁹ GÖRTEMAKER, H. B. **Eva Braun**. A vida com Hitler. Tradução Luiz A. de Araujo. São Paulo: Companhia das Letras, 2011, p. 81.

²⁴⁰ Ibidem, p. 81.

²⁴¹ HITLER, op. cit., p. 39.

Em outras palavras, para Hitler as mulheres necessitavam de alguém mais forte do que elas, assim como as massas. No caso das mulheres só o homem as completaria, visto que este está apto a mandar e dirigir enquanto as mulheres nasceram para obedecer e não para dar ordens. Destarte, a natureza feminina é “fraca”, submete-se aos fortes, concordando e identificando-se com esses passivamente. Para Hitler, assim como no caso do gênero feminino, também agiam as massas, à espera de um líder forte, que mandasse e não tolerasse nenhuma outra ideologia diferente da sua própria.

Todavia, essa concepção de mulher apregoada pelo NSDAP não corresponde a um retrato fiel da realidade da Alemanha quando o livro *Mein Kampf* foi publicado, na década de 20²⁴², já que após a Primeira Guerra Mundial a mulher alemã não só continua a fazer parte da população economicamente ativa do país, como também passa a ter um padrão comportamental diferente daqueles de outrora, não só devido à “[...] atenuação dos tabus sexuais e à nova consciência que as mulheres adquiriram com sua participação cada vez mais importante na vida profissional, principalmente na categoria de empregados”,²⁴³ como também às conquistas políticas alcançadas em sociedade, como o direito à instrução, à universidade, ao sufrágio, dentre outros.

Podemos dizer que o desenvolvimento industrial, o progresso material bem como as grandes transformações socioeconômicas ocorridas na Alemanha entre o século XIX e início do seguinte contribuíram para esse novo perfil feminino alemão, que será melhor observado após a Primeira Grande Guerra. Afirmamos isto porque antes deste conflito mundial, mulheres como Louise Otto-Peters²⁴⁴, Alice Schmidt, Henriette Goldschmidt,

²⁴² De acordo com Strohmeier (1993, p. 90) em 16 de junho de 1925 foi divulgado um recenseamento sobre o número de trabalhadores ativos na cidade de Berlim. Segundo esse documento “[...] encontravam-se mais de um milhão de operários – dos quais cerca de 288 mil mulheres – entre os 2.463.000 de pessoas ativas em Berlim. Havia 240.000 mulheres entre os 660.000 empregados recenseados”.

²⁴³ Ibidem, op. cit., p. 92

²⁴⁴ Louise Otto Peters (1819-1895) é considerada a fundadora do movimento feminino alemão. Em uma de suas declarações, em 1843, quando ela faz as primeiras reivindicações em prol da mulher, diz que “Die Teilnahme der Frauen an den Interessen des Staates ist nicht ein Recht, sondern eine Pflicht.” (1950, apud NAVE-HERZ, 1997,

Auguste Schmidt, Helene Stöcker, dentre muitas outras, fundaram e fizeram parte dos movimentos e associações femininas alemãs, que começaram suas atuações no país ainda em meados dos anos 40 do século XIX.

Muitas dessas mulheres atuaram dentro dessas instituições como palestrantes, presidentes, escritoras, diretoras, advogadas etc. Seu objetivo era o de conscientizar não só outras mulheres do seu valor enquanto trabalhadoras e mulheres, mas também requerer junto às autoridades da Alemanha os seus direitos de cidadãs.

A primeira associação feminina fundada oficialmente em solo alemão foi a Allgemeine Deutsche Frauenverein – ADF. Esta foi fundada em 1865, em Leipzig, por Louise Otto-Peters e tinha como principais integrantes mulheres da classe social burguesa.²⁴⁵ Através da ADF, segundo Nave-Herz (1997), essas mulheres se engajaram em importantes questões como: “[...] a demanda para jovens em escolas industriais e comerciais, proteção às operárias, proteção à maternidade, igualdade de oportunidades na profissão, salários iguais para trabalhos iguais, igualdade na liberdade de comércio para mulheres e direito ao sufrágio feminino”.²⁴⁶ No entanto, muitas dessas reivindicações não foram atendidas.

Nave-Herz (1997) menciona também que foram fundadas em todo o país muitas outras associações²⁴⁷ locais da Allgemeine Deutsche Frauenverein, as quais contaram com um número considerável de associadas com o passar dos anos. De acordo com a autora, no início havia apenas 34 membros. Após cinco anos de sua fundação, já contava com 10.000 participantes. Na virada do século XIX, perfazia um total de 70.000 associadas e antes do primeiro conflito mundial alcançou 250.000 mulheres entre suas integrantes.

p. 07) BÄUMER, G. **Gestalt und Wandel – Frauenbildnisse**. Berlin 1950, p. 332.

²⁴⁵ Dentre essas mulheres estavam Louise Otto-Peters, como referido anteriormente, Fanny Lewald, Mathilda Franziska Anneke, Louise Aston e Emma Herweg etc. Louise Otto-Peters foi escolhida como a primeira presidente e Auguste Schmidt como vice. Ademais, estas dirigentes publicavam a revista da associação chamada “Neue Bahnen”, que foi a primeira grande revista feminina burguesa sem receitas culinárias, modelos de tricô e costura.

²⁴⁶ NAVE-HERZ, op. cit., p. 12, tradução nossa.

²⁴⁷ Dentre essas associações da ADF podemos citar: „Verein zur Förderung der Erwerbstätigkeit des weiblichen Geschlechts“ (mais tarde chamada Lette- Verein) fundada em 1866; „Verein zur Wahrnehmung der Interessen der Arbeiterinnen“, em 1885; „Allgemein Deutschen Lehrerine-Verein“, em 1890 dentre outras.

No que concerne às principais conquistas dessas instituições femininas podemos destacar as que ocorreram entre 1894 e 1933 nos setores profissionais e de educação. Neste último, os êxitos começam a dar frutos já no ano de 1896 na cidade de Berlim, quando são aprovadas as primeiras seis jovens no exame final do secundário, que dava acesso aos estudos superiores. O direito de se inscrever para Universidade²⁴⁸ dentro do país surge apenas quatro anos mais tarde, em 1900. Em 1920, são autorizadas as provas de agregação e dois anos depois, as mulheres conseguem permissão para atuar no setor judiciário e tornarem-se juízas. Boedeker e Nave-Herz (1997) frisam que

[...] entre 1908 e 1933 na Alemanha, 10.595 mulheres cursavam doutorado, mas só 54 [delas] tornaram-se docentes, 24 professoras universitárias e somente 02 receberam uma cátedra: Margarethe von Wrangell, Botânica, e Mathilde Vaerting, pedagoga. [Os autores comentam também que] nesta primeira década caem igualmente as fundações das primeiras escolas sociais femininas, que se encontravam em grande difusão.²⁴⁹

Esses avanços se complementaram com o advento do sufrágio feminino, tão veementemente requerido pelas associações femininas, que veio somente após a violenta revolução operária, ocorrida no país após a Primeira Guerra Mundial, em novembro de 1918.²⁵⁰ Os confrontos sangrentos e a pressão popular agiram sobre a recém fundada República de Weimar, que concedeu o direito político do voto a todos os alemães maiores, inclusive às mulheres.

Embora esse direito não tenha sido uma conquista alcançada com as petições femininas encaminhadas ao parlamento, ele foi muito importante para as mulheres que, a partir de então, passaram a ter mais oportunidades na vida social do país tais como: estudar especialidades administrativas, ter profissões que antes eram exclusivamente masculinas,

²⁴⁸ Os primeiros estados a concederem às mulheres o direito de matricular-se no ensino superior foram: Baden em 1900; Bayern em 1903; Württemberg em 1904; Sachsen em 1906; Thüringen em 1907; Hessen, Elsaß-Lothringen e Prússia em 1908; Mecklenburg em 1909.

²⁴⁹ NAVE-HERZ, p. cit., p.23. Tradução nossa.

²⁵⁰ Segundo Walle (1993, p. 94) em 19 de janeiro de 1919, aproximadamente 90% das mulheres estiveram presentes às urnas.

ocupar cargos de chefia, embora poucos,²⁵¹ e atuar na área da política.

Os êxitos obtidos por essas mulheres, no século XIX e XX, contribuíram para um novo comportamento e perfil social dessa figura feminina na década de 20, que passa a ser caracterizada como “a nova mulher” alemã, como sublinhado anteriormente, sobretudo, nos grandes centros do país como a cidade de Berlim. Essa imagem feminina vai sendo delineada por sua postura social ativa, que atua como trabalhadora e participa não só das atividades promovidas pelas Associações Femininas Alemãs, mas também está presente em eventos como salões de automóveis, em hipódromos, em bares, salões de dança, em serões campestres dentre outros.

No tocante às profissões, Walle (1993) expõe que “[...] a mulher está segura de si e decidida a ter sucesso na carreira profissional”. Em 1919, o grande sonho das jovens berlinenses da classe operária e média²⁵² era o de se tornarem datilógrafas, apesar de todas as dificuldades da profissão. Dentre os obstáculos estavam uma jornada de trabalho de oito a dez horas por dia, máquinas de escrever pesadas e lentas, cadeiras inadequadas para o ofício e “[...] o salário médio [que] se situa[va] no nível mais baixo da escala, para 70% das mulheres, contra 30% dos homens”.²⁵³ A autora relata ainda que apesar de todos esses problemas

[...] a estenodatilógrafa, a secretária, a vendedora encarnam então em Berlim o tipo da “nova mulher”. É uma mulher que cortou as tranças para pentear-se “à la garconne” e cujas pernas são depiladas. Consciente de seu valor, materialmente independente, bem cuidada, esportiva, sexualmente “liberada”, tem a audácia de sentar-se sozinha nos cafés e fumar em público.²⁵⁴

Numa sociedade dominada por homens como era a da Alemanha pós Primeira Guerra Mundial – que atribuíam à figura feminina, desde o período do império, apenas o papel de dona de casa, cuja principal função era cuidar dos filhos, do marido e dos afazeres

²⁵¹ SCHAD, 2001.

²⁵² No que tange às jovens de classe média, Walle (op. cit.) se refere àquelas que estavam fora da escola, visto que os pais não tinham condições de custear seus estudos.

²⁵³ Ibidem, pp. 96-97.

²⁵⁴ Ibidem, p. 96.

domésticos – o comportamento dessa “nova mulher” não era aceito por grande parte da sociedade.²⁵⁵ Aqueles que poderiam contribuir para algumas de suas reivindicações, como a revogação do parágrafo 218, que condenava o aborto, o tratamento gratuito de doenças venéreas, melhores condições nas fábricas etc., simplesmente as ignoravam ou não atendiam aos seus pedidos, o que impedia que a emancipação feminina avançasse.

Ademais, é importante frisar que os salários femininos, entre os anos de 1919 e 1932, eram 30% a 40% menores do que o dos homens no que se refere aos setores de produção. Caso a mulher estivesse desempregada ela receberia apenas “[...] dois terços da subvenção de um homem na mesma situação.” Essas desigualdades não se restringiam apenas às operárias, mas também estavam presentes nas universidades, onde as mulheres eram apenas 10% dos discentes.²⁵⁶

Em contraposição a essa tentativa de emancipação, durante as campanhas do movimento nacional-socialista, antes da assunção do NSDAP ao poder, o partido buscou enfatizar e valorizar a imagem da mulher tradicional, isto é, a mulher alemã da época do império, como protótipo da “ariana”. Esta foi destacada como companheira, dedicada às atividades domésticas, aos filhos, ao marido etc., como já referido anteriormente. Essa concepção de feminino perdurará durante toda a vigência do regime nazista no poder, sendo a “ariana” cultuada como alguém especial de um valor nobre e honrado.

Contudo, nem todas as mulheres alemãs eram classificadas como “arianas” e cultuadas, visto que havia aquelas que eram indesejadas pelo Estado para o papel de mãe, tais como as “degeneradas” ou “inferiores”: prostitutas, judias, mulheres, que tinham doenças físicas e mentais hereditárias e aquelas que possuíam uma “procriação acima da média”. Para

²⁵⁵ Ibidem, p 101. Walle em seu trabalho cita a declaração que o reitor da Universidade de Berlim fez em 1917 sobre essa “nova mulher”. Ele diz que “[...] nossos filhos devem nascer de mães que têm um cérebro repousado e que dispõem de bastante tempo para a criação de uma numerosa descendência”. Segundo a autora o termo empregado pelo reitor “criação” é reservado somente para animais. Em outras palavras, para este homem que ocupava uma das mais altas posições dentro da universidade, a mulher deveria permanecer em casa e “criar” seus filhos e não se ocupar de estudos superiores.

²⁵⁶ Todos os dados deste parágrafo foram retirados do artigo de Walle, op. cit., pp. 99-101.

estas, o governo defendia a esterilização compulsória, sendo apoiado inclusive por certas feministas da ala racista deste movimento.²⁵⁷

Após 1933, o regime se engaja primeiro em retirar as mulheres de grande parte do setor produtivo do país,²⁵⁸ e dos altos cargos profissionais ocupados por elas como os de juízas, promotoras, diretoras etc. Em seguida, Hitler lhes proíbe exercer profissões relativas ao judiciário no país e também as afasta de cargos referentes ao alto funcionalismo público, exceção feita aos setores de assistência social, educação e saúde.²⁵⁹ Mais tarde, inicia a esterilização compulsória de mulheres e homens que, segundo sua ideologia, deveriam ser impedidos de ter filhos.

No que diz respeito ao trabalho, é pertinente observar que apesar dessas demissões femininas dos cargos e posições de prestígio, o partido preservou aquelas trabalhadoras que atuavam na indústria, tendo esta categoria, inclusive, se elevado durante o nazismo, de 11,5 milhões em 1933 para 12,8 milhões²⁶⁰ em 1939, isso sem incluir a mão-de-obra feminina dos países anexados. Podemos observar que a conservação do emprego dessas mulheres no setor industrial vinha ao encontro de interesses desse regime autoritário: o de dirimir a questão do desemprego da Alemanha e o de rearmar o país.

Para Gisele Bock (1991), essa atitude do governo nacional-socialista de permitir o trabalho da mulher em setores da indústria não significa que os dirigentes estivessem convencidos da importância da atuação feminina no mercado de trabalho, mas que o processo de “modernização” econômica naquele momento estava demasiado forte, sendo quase impossível para o governo dispensar a mão de obra disponível. Desse modo, segundo a autora, o NSDAP preferiu adaptar-se e esperar “[...] um futuro melhor em que as mulheres

²⁵⁷ Gisele Bock (1991, p.186) observa que em 1930, um dos ideólogos do NSDAP de “sangue e solo” se empenha em “subdividir o sexo feminino em quatro categorias: as mulheres que deveriam ser incentivadas a ter filhos, aquelas cujos filhos seriam considerados “aceitáveis”, as que eram melhor não os terem e aquelas que deviam ser absolutamente impedidas de os ter, particularmente através da esterilização”.

²⁵⁸ Segundo Szniter (op. cit., p. 84) “[...] as mulheres representavam a terça-parte da mão de obra [no setor produtivo] e cerca de 50% no campo”.

²⁵⁹ GÖRTEMAKER, op. cit., p. 82.

²⁶⁰ Números retirados da obra de Gisele Bock, op. cit., p. 195.

não trabalhariam”.²⁶¹ Em outras palavras, “[...] o culto da maternidade [que restringia a figura feminina somente ao lar, aos filhos e ao marido] estava longe de constituir um objetivo fundamental da política nazi em geral ou da política nazi para com as mulheres em particular”.²⁶²

A autora assinala ainda que essa representação de mulher ideal constantemente reiterada pelo nazismo

[...] tinha como primeiro dever servir o Estado, estivesse no emprego ou em casa, em paz ou em guerra. A velha metáfora da “maternidade espiritual”, referindo-se ao trabalho “feminino” fora de casa, estendia-se agora a qualquer trabalho pesado e “não feminino”, incluindo o trabalho nas fábricas e no campo, desde que para o bem do “povo”. [Para Bock] [...] na Alemanha, o lema “o lugar da mulher é no lar” referia-se não só a casa particular e a família, mas a um “lar” que era a Alemanha no seu conjunto, incluindo a guerra.²⁶³

Em outros termos, estar a serviço do governo significava estar a servir a Alemanha, independente de estar em casa ou no trabalho, na cidade ou no campo. O importante era a mulher atuar de acordo com os interesses do povo, ou melhor, do regime. Nesse sentido, o fato de a mulher exercer uma função empregatícia, não uma profissão, fora de casa não estava ligado à ideia de emancipação feminina, como outrora, porém subjugado ao que o Estado e a nação esperavam dela. Essa concepção de mulher se contrapunha ao conceito de emancipação feminina, que no nazismo era sempre atribuído a uma invenção da inteligência judaica, que objetivava corromper e deturpar a imagem da mulher “ariana”.²⁶⁴

Para finalizar esta contextualização sobre o gênero feminino na sociedade alemã de antes e durante o nazismo, resta dizer que esta dissertação não entrará na discussão que gira em torno sobre a co-responsabilidade feminina nas atrocidades cometidas pelo Estado nazista, dado que nosso objetivo neste trabalho é deslindar a piada como veículo propagandístico da ideologia nazista, cujo propósito pode ter sido conquistar aqueles

²⁶¹ Ibidem, p. 197.

²⁶² Ibidem, pp. 197-198.

²⁶³ Ibidem, p. 200.

²⁶⁴ DÖLLING, op. cit., p. 05.

indivíduos que ainda não estavam totalmente de acordo com tal governo autoritário. Isto é, algo lúdico que buscou implantar na população as ideologias do partido de modo indireto, divertido e não diretamente coercivo.

A partir dessas informações sobre a representação da mulher nos séculos XIX e XX, em especial durante o regime nazista, iniciamos nossas reflexões sobre os textos humorísticos. Apresentamos primeiramente as anedotas publicadas no ano de 1935 no jornal *Berliner Illustrierte Zeitung*, as quais estão dispostas em ordem numérica 38 e 39 e localizadas as páginas 1395 e 1435 respectivamente. Ademais, somente a primeira piada deste ano possui uma imagem figurativa de apoio, que também é levada em consideração em nossa leitura.

Piada n° 38

„Was ist denn Ihnen passiert, Fräulein Erika?“

„Ach, nichts weiter, ich habe bloß meine Zigarrete mit dem Lippenstift verwechselt!“ ²⁶⁵

²⁶⁵ “O que lhe aconteceu, senhorita Erika?”

“Ah, nada demais, eu confundi meu cigarro com o batom!”

Szniter (1996) menciona que a propaganda nazista apontava para uma “intertextualidade”²⁶⁶ de imagens no que se refere à mulher. De um lado, a divulgação da mulher “ariana”, a qual era mostrada em iconografia de “santificação”. De outro, o governo exibia a mulher “[...] muitas vezes em trajes modernos sugestivos [os quais indicavam] uma participação maior no mercado de trabalho (seriam secretárias, balconistas, etc.) a um passo de “degenerar-se”, ser aviltada ou prostituída [visto que em muitos desses recursos imagéticos eram mostradas ao lado de judeus]”.²⁶⁷

Na piada número 38, apresentada acima, podemos observar o segundo modelo de mulher esboçado por Szniter, na medida em que nesse quadro temos uma figura feminina, vestida com roupas modernas, imagem reforçada pelos cabelos curtos à “la garçonne” com chapéu e tornozelos à mostra, características da mulher emancipada, figura que contradiz o modelo propalado positivamente pelo regime de Hitler.

Provavelmente ela está defronte a um bar, restaurante ou qualquer outro estabelecimento comercial, lugares esses muito frequentados pela mulher moderna. A figura feminina do quadro conversa com um homem, que ela conhece e com o qual possui certa intimidade, uma vez que ele a aborda pelo primeiro nome, Erika, embora também use um tratamento cerimonioso como “Ihnen e Fräulein”. Ademais essa moça, ao ser indagada sobre o que lhe aconteceu, visto que ela possui um lenço que lhe cobre a boca, responde apenas que confundiu o cigarro com o batom.

O riso nessa piada é causado pela confusão da mulher entre os dois objetos, batom e cigarro, totalmente díspares em suas funções, mas semelhantes em seu formato. A estupidez da mulher, ao não ter capacidade de distinguir entre tais objetos, proporciona no leitor divertimento, visto que a mensagem transmitida pelo chiste é a de que tal indivíduo feminino

²⁶⁶ Intertextualidade de imagens deve ser entendida no contexto nazista como superposição de uma imagem sobre a outra. No caso em questão, o partido nacional-socialista sobrepunha a figura feminina da mulher ariana ao modelo de mulher “degenerada”, referida anteriormente.

²⁶⁷ SZNITER, op. cit., p. 85.

não possui discernimento ou capacidade para diferenciar entre tais coisas de uso tão diverso. Nesse texto humorístico, o leitor infere que a mulher confundiu o cigarro com o batom, quando o primeiro estava aceso e por isso machucou a boca. Esse fato reforça ainda mais a estupidez e o absurdo da ação feminina.

O texto humorístico apresentado nos mostra que as escolhas tanto da imagem quanto das palavras da anedota 38 indicam algo que não é diretamente expresso na piada, mas que se encontra às margens do dizer e significa nela, ou seja, “uma mulher ariana não fuma e não se maquia”, duas coisas que a mulher do texto humorístico faz, o que a torna “estúpida”. Ao praticar tais atos, o de fumar e maquilar-se, a figura feminina do quadro indica sua posição de mulher “degenerada”.

Segundo a concepção nazista, esse modelo feminino é aquele que perdeu ou alterou as qualidades da própria espécie. Essa conduta, de maquilar-se e de fumar, mostra as atitudes da mulher moderna, que gosta de se embelezar, ficar mais atraente, e que tem coragem de fumar e de dizer publicamente que faz isso. Esse é o comportamento da mulher, Erika, personagem da piada número 38.

Sob a perspectiva da Análise do Discurso o dizer e o compreender do homem social está em consonância “[...] com o seu lugar, isto é, com as condições de produção do seu discurso, com a dinâmica de interação que se estabelece na ordem social em que ele vive”.²⁶⁸ Desse modo, o desenhista e aquele que escreve a anedota possuem uma visão condizente com a dos nazistas, visto que sancionam a mulher negativamente ao demonstrar, por meio da piada, que o sujeito feminino não possui capacidade, inteligência, para diferenciar um cigarro aceso de um batom, sendo ridicularizada por isso. A ideia de punição infligida a tal mulher moderna vem reforçada pelo lenço na boca, que indica não só a sanção que redundou de sua atitude, através da ferida, mas também a marca com uma aparência desagradável, como

²⁶⁸ ORLANDI, op. cit., p. 35.

alguém que deve se calar.

A influência do contexto vigente nazifascista é diretamente observável nesta piada, que evoca sua reprovação às práticas de fumar e maquiar femininos. Se a piada não estivesse zombando da capacidade desajeitada da mulher de discernir entre dois objetos, poderíamos ler esta piada como uma denúncia contra um governo que cala e machuca mulheres, física e moralmente, as quais seriam amordaçadas sem poder expressar e reivindicar seus direitos, como faziam outrora.

Ao lado dessas considerações pode-se lembrar que a sociedade nazista tinha por meta mostrar e incutir no povo seus parâmetros bem definidos sobre os papéis dos homens e mulheres e que caberia uma sanção caso esses papéis não fossem cumpridos. A sociedade nazista, por meio dessa piada,

[...] faz pairar sobre cada [membro feminino], senão a ameaça de correção, pelo menos a perspectiva de uma humilhação que, mesmo sendo leve, não deixa de ser temida. Essa deve ser a função do riso. Sempre um pouco humilhante para quem é seu objeto, o riso é de fato uma espécie de trote social.²⁶⁹

Não há no nazismo casos de punição física pelo fato de a mulher fumar ou se maquiar, mas não podemos deixar de ver esta piada como uma forma de correção, através da zombaria, que promove o riso, a punição das atitudes femininas. O riso, pelo prazer que proporciona ao leitor, leva-o, inconscientemente, a concordar com o que está sendo dito na piada.

Outra piada que ilustra expressamente a temática da maquilagem é a de número 39(a). Esta foi editada no ano de 1935, na página 1435. Esse texto humorístico traz os seguintes dizeres em forma de diálogo:

Piada 39a

„Warum nennt denn Hans seine Freundin immer ‚mein kleines Osterei‘?“

²⁶⁹ BERGSON, op. cit., p. 101.

„Weil sie so hartgesotten und angemalt ist.“²⁷⁰

Nesta anedota, o autor também trata da questão da maquilagem das mulheres, no caso, o evento refere-se à namorada de Hans. Alguém, no primeiro enunciado, pergunta por que Hans chama sua namorada de “mein kleines Osterei”, ao que a segunda pessoa responde que é devido ao fato de tal namorada ser muito dura e usar maquilagem muito forte.²⁷¹ O autor ao empregar o verbo “anmalen”,²⁷² na acepção de maquilar, denota o sentido pejorativo de exagero “sich (zu stark) schminken”.²⁷³ Outra palavra que reforça o sentido negativo atribuído a tal mulher é o adjetivo “hartgesotten”, que aponta alguém sem sentimentos, segundo o dicionário, “Ohne Mitleid und ohne Skrupel” ou “gefühllos”.²⁷⁴

Esses dois traços apresentados na piada para designar o porquê do apelido da moça “dura”, no sentido de insensível, e “muito maquiada” (pintada) com tonalidades fortes, apontam para características também presentes no ovo de páscoa alemão, que geralmente é duro e colorido com tonalidades fortes, dado que nesta cultura é tradição, no período pascal, cozinhar ovos de galinha e depois pintá-los de vermelho ou de outras cores fortes.

Assim, esse texto humorístico busca divulgar entre as pessoas do grupo onde tais piadas circulam que as mulheres que usam maquiagem são ridículas por estarem “pintadas” como ovos de Páscoa. Essas características negativas advêm, paradoxalmente, de um objeto como o ovo que simboliza valores positivos de vida e alegria, visto que está voltado para uma conotação religiosa. Mas, quando empregado em relação a uma mulher, despertam riso e

²⁷⁰ “Por que é que Hans chama sempre a sua namorada de meu pequeno ovo de Páscoa?”

“Por que ela é tão dura [no sentido de insensível] e está muito maquiada.” (tradução nossa)

²⁷¹ Na Alemanha, durante a festa pascal há a tradição, em algumas comunidades, de pintar e decorar ovos de galinha. Primeiramente estes ovos são cozidos e depois são pintados e decorados. Em seguida, eles são escondidos nos jardins das casas para que as crianças os encontrem. Embora não se saiba ao certo quando a tradição da pintura de ovos tenha se iniciado, segundo Göring há menção dessa confecção em sermões de padres católicos dos séculos XVII e XVIII. De acordo ainda com o autor, antigamente esses ovos eram apenas pintados de vermelho, pois visavam “[...] simbolizar tanto a cor do sangue de Cristo quanto a do amor que ele nutria pela humanidade”.

²⁷² No enunciado do chiste, essa forma verbal qualifica a aparência da mulher, para caracterizar o exagero da maquiagem.

²⁷³ Dicionário Langenscheidt, p. 54.

²⁷⁴ Ibidem, p. 472.

zombaria, apontando para pessoas artificiais, pintadas demais, e incapazes de se emocionar, de experimentar sentimentos de afeição e amor, algo que se espera de um relacionamento amoroso.

Como essa atitude feminina não é considerada normal pelo regime nazista, a piada causa o riso no leitor e mostra que tal ação é um erro, que deve ser corrigido. Como a anedota é divulgada num jornal de grande tiragem e de muitos leitores, acaba influenciando o comportamento e as atitudes dos indivíduos. Como já mencionado em relação ao caso precedente, a piada atua, inconscientemente, naqueles que a lêem.

A partir dessas leituras podemos ponderar que temos mais uma vez a ridicularização em relação à imagem da mulher moderna, que se maquia (e na piada nº 38, que fuma). Essas características apontam para o aviltamento feminino, tornando-as indignas e desprezíveis perante a sociedade nazista.

Nos enunciados apresentados dessas duas piadas percebemos a relevância das condições de produção do discurso que propalam, consciente- ou inconscientemente, o pensamento e o discurso corrente do governo vigente, isto é, do nazismo. Não se pode esquecer que, segundo essa teoria, (Análise do Discurso) estamos sempre a ocupar posições ideológicas por meio de nossos dizeres, os quais também podem apontar para uma formação discursiva anterior ao momento atual, ou ao contexto em que estamos inseridos no momento em que materializamos nosso discurso.

Desse modo, podemos afirmar que o discurso veiculado nessas piadas, por um autor que não conhecemos, é algo compartilhado pela sociedade alemã desse período, uma vez que a piada, para atingir o seu efeito, depende de modo direto, do conhecimento prévio do outro, ou seja, daquele que vai ouvir ou ler tal piada no jornal.

Piada 39b

„Aber Liebling“, sagte er bei Tisch vorwurfsvoll, „das Messer ist ja so schmutzig.“

„Das verstehe ich aber nicht“, wunderte sich die junge Hausfrau, „ich habe doch eben erst ein Stück Seife damit durchgeschnitten!“²⁷⁵

Na piada citada temos uma conversa entre marido e mulher, provavelmente em uma situação diária de um casal durante uma refeição. A esposa é dona de casa, e está sendo repreendida pelo homem, visto que a faca colocada na mesa está suja. Ao retrucar a reprimenda, ela diz não compreender, uma vez que acabou de cortar um pedaço de sabão com tal instrumento. Sem dúvida, sob o ponto de vista da tarefa doméstica o procedimento estaria correto e lógico, se o sabão, enquanto substância detergente, tivesse sido usado com água para lavar o talher. O ar de surpresa da mulher à censura do marido causa o riso, dado ao absurdo argumento da mulher que pressupõe que ao utilizar a faca para cortar o sabão, esta deveria ficar automaticamente limpa, pensamento que demonstra a ignorância e estupidez do indivíduo feminino.

A técnica usada nesta piada é a do absurdo, devido à resposta sem sentido e deslocada da mulher. Esse modelo de piada se utiliza da estupidez feminina para mostrar que ela é realmente alguém incapaz e inferior, já que não sabe discernir entre um objeto limpo de um sujo, não conseguindo assim garantir o bom funcionamento do lar no que concerne aos afazeres domésticos.

No enunciado dessa anedota podemos observar também que há um atravessamento dos discursos já falados em outros contextos históricos sobre a figura feminina, os quais apontam para a relação inseparável entre discurso, sujeito e história. Em outros termos, nesta anedota articulam-se discursos já existentes e produzidos em diferentes espaços e situações anteriores na sociedade alemã, discursos esses que reforçam pelo viés humorístico lugares femininos há muito tempo cristalizados nesta sociedade como a imagem

²⁷⁵ “Mas querida”, ele disse repreensivo à mesa, “mas a faca está tão suja.”

“Mas eu não entendo isto”, admirou-se a dona de casa, “eu acabei de cortar um pedaço de sabão com ela.” (tradução nossa)

da esposa submissa, incapaz, confinada ao âmbito doméstico.

Essa representação da mulher tradicional de outrora, de comportamento uniformizado, é reafirmado e valorizado no nacional-socialismo, com a adição de que neste Estado autoritário elas possuem uma função a cumprir em prol da nação alemã. Esse regime exalta a mulher enquanto mãe e esposa, visto que ela é considerada a “guardiã da nação”. Mas é o homem, desempenhando seu papel de poder dentro da organização familiar, quem manda, guia e corrige a mulher. Ele tem a voz de comando como provedor da casa e do sustento da família.

Pode-se dizer que as funções e a imagem dos dois gêneros (masculino e feminino) são frutos das relações e dos acontecimentos sócio-históricos e políticos, que foram ocorrendo no decorrer das épocas na sociedade alemã. Essas representações de homem e mulher sedimentadas e propaladas valorosamente pelo governo nacional-socialista implicam uma leitura do texto humorístico numa direção, que expõe a mulher como tola e o homem como inteligente. A superioridade do homem é exercida na piada pelo ato de repreender a mulher, descuidada e ignorante.

Esses valores opostos, referentes aos gêneros na anedota, indicam a mulher negativamente como inferior, incapaz e de intelecto limitado e o homem positivamente como capaz e inteligente, justificando, assim, a concepção de dois mundos exposta por Hitler e assumida por outros dizeres inúmeras vezes reiterados na época nazista, ao apresentar a mulher como fraca, ajudante, passiva, apolítica etc.

Outro texto humorístico que reforça a ideia de ignorância da mulher, além de apontar para a falta de sentido da atitude do homem em relação à sua noiva, encontra-se na piada número 18, editada no ano de 1936 a página 657.

Piada 18

„Stör‘ mich nicht – ich schreibe an meine Braut!“

„Warum schreibst du denn so furchtbar langsam?“

„Weil sie nicht so rasch lesen kann!“²⁷⁶

Verifica-se nesta piada a presença de duas pessoas. Uma delas está escrevendo à noiva, mas devido ao fato de estar fazendo isso tão vagorosamente o outro o interrompe e indaga “Warum schreibst du denn so furchtbar langsam?”. O homem justifica sua atitude pelo fato de a noiva não poder, ou seja, não ter a “habilidade” de ler com rapidez. Ao revelar a falta de habilidade da mulher, o homem também deixa entrever a sua própria estupidez, isto é, ele acredita que ao escrever “so furchtbar langsam”, facilitará a leitura extremamente lenta da noiva.

Nesta anedota temos a técnica denominada por Freud de *nonsense*, a qual pode revelar algum outro *nonsense* na piada.²⁷⁷ Em outras palavras, pode indicar para o leitor que o *nonsense* do noivo, ao tentar encobrir a própria falha, justifica-se pelo *nonsense* da capacidade da mulher em não conseguir ler rápido.

Temos, desse modo, um discurso em que o maior estúpido está representado pela figura masculina do noivo o qual, para não dizer que tem problemas com a escrita, dá como desculpa para sua própria falta de capacidade a falha da mulher em não poder ler com rapidez. Essa interpretação é reforçada pelo começo da fala do homem: “Stör ‘ mich nicht”. Para quem tem dificuldade em escrever, portanto, supõe-se que ele seja uma espécie de ágrafo, qualquer interferência é um estorvo.

Sua justificativa absurda, devido a sua dificuldade, é um *nonsense* muito maior do

²⁷⁶ “Não me incomode – eu estou escrevendo para minha noiva!”

“Por que é que você está escrevendo tão devagar?”

“Por que ela não consegue ler muito depressa.”

²⁷⁷ FREUD, op. cit., p. 75.

que a zombaria que se faz sobre a suposta dificuldade de leitura da mulher. A inabilidade desta não justificaria a solução sem sentido engendrada pelo homem para explicar a sua insuficiência. É importante observar que esse exemplo de piada foge à regra de todos os outros chistes apresentados neste trabalho, os quais reforçam a ideologia nazista. Esse chiste mostra que o homem é o tolo e o incapaz e não, apenas, a mulher.

Assim, temos um enunciado, que aponta para posições discursivas conflitantes, visto que o autor deste texto humorístico, por um lado, adere a uma imagem da mulher como aquela que tem pouca habilidade, sendo, assim, alvo de riso. Entretanto, por outro lado, seu discurso resiste em concordar que a figura masculina seja superior à mulher, visão dominante no período nazista e de outrora, já que este autor caracteriza o homem como alguém ainda mais ignorante do que o sujeito feminino, visto que quase nem sabe escrever.

Segue a análise de outro texto humorístico, que tematiza a idéia de submissão da mulher, sua resignação ao que o marido lhe impõe. Essa anedota foi editada em 21 de maio de 1936, p. 781, e desenhada Charlotte Kleinert.

Piada n° 21

H U M O R

„Ich wollt doch auch so gern ein Fahrrad haben, - ich hab meinem alten

Herrn dauernd in den Ohren gelegen, wie gesund es ist, in frischer Luft das Pedal zu treten“ -

„Na, und?“ Will er dir eins kaufen?“ – „I wo! Die Nähmaschine hat er mir auf’n Balkon gestellt!“²⁷⁸

Neste texto humorístico vemos duas mulheres num diálogo coloquial. Ambas se vestem de forma moderna, em uma delas o vestido lhe marca a silhueta. Novamente veem-se as mulheres com cabelos curtos ao estilo “à la garçonne”, tornozelos à mostra, isto é, com características da mulher emancipada de seu tempo. A figura cabisbaixa relata à amiga seu desejo de possuir uma bicicleta – algo que poderia lhe proporcionar uma atividade ao ar livre – mas recebe de seu esposo, como resposta à sua demanda, apenas a colocação da máquina de costura na varanda.

A equivalência entre os mecanismos da bicicleta e da máquina de costura pode ser detectada pelo fato de as duas engrenagens possuírem pedais e pela circunstância dos dois objetos serem avanços tecnológicos da época. Contudo, a troca da bicicleta pela máquina de costura, ao mesmo tempo em que desperta o efeito cômico pela técnica de conversão de um objeto pelo outro, também deixa explícito que as duas realidades não são permutáveis: a bicicleta, movimentando-se ao ar livre, conota a sensação de liberdade, enquanto a máquina de costura, colocada na varanda, estimula a ideia de trabalho e de prisão.

O autor da piada veicula o discurso corrente no período, o de que uma mulher deve ficar confinada apenas ao seu ambiente de trabalho doméstico, e subjugada à vontade do marido, que faz prevalecer apenas sua vontade, já que lhe presenteia com algo que renderá ainda mais trabalho em casa, mesmo sendo na varanda, onde ela terá “ar fresco”.

Pode-se observar que traços semânticos que lembram bem estar e lazer encontram-se nos argumentos da mulher para tentar convencer o marido. Esses podem ser corroborados pelas lexias “pedalar ao ar livre, saudável e bicicleta”, expressões que estabelecem uma

²⁷⁸ “Eu queria também tanto ter uma bicicleta, - eu fiquei buzinando o tempo todo na orelha do meu velho, como é saudável, pedalar ao ar livre” – “E aí? Ele quer comprar uma para você?” – “Que nada! Ele colocou a máquina de costura na varanda pra mim!”

ligação com o tema de liberdade. Em contraste, o presente do esposo, – o qual a mulher chama de “meinem alten Herrn”, dando a entender, a partir da imagem feminina desenhada por C. Kleinert, que ele é mais velho do que a sua mulher – uma máquina de costura, rompe com a ideia de liberdade e bem estar da mulher, embora o traço semântico de “pedalar ao ar livre” continue a subsistir com a máquina na varanda.

Destarte, é possível intuir que temos, ainda que de modo indireto, a ideia de contato com a natureza e de liberdade, o que a mulher aspira, mas que, na realidade, se transmuta na ideia de sujeição (não liberdade), ou seja, o que marido deseja é realizado e a mulher se sujeita a ele. O texto humorístico, portanto, aponta como risível o desejo de liberdade e de transformação da mulher em relação ao âmbito que a cerceia: o trabalho, o lar e a submissão ao marido (o qual é mais velho que a mulher, de acordo com a piada). Nesse sentido, as roupas e a caracterização externa de mulher emancipada de seu tempo, como foram apresentadas inicialmente, são apenas exterioridades que não correspondem à realidade vivida por essa mulher.

Portanto essa anedota encaixa-se na visão de “liberdade” feminina do sistema opressor hitlerista. Esse regime exaltou, como já mencionado, as características da mulher ariana, saudável, loira e natural, ou seja, sem maquiagem, a qual tinha como função principal, dada a sua biologia, ser mãe e “antes de tudo ter muitos filhos”²⁷⁹. Caso a maternidade não fosse possível ela deveria se dedicar à comunidade alemã como professora e enfermeira de adultos e crianças. Em outras palavras, ela deveria empenhar-se em prol do seu povo.

No que concerne à memória discursiva, é relevante observar que o discurso dominante e corrente nesta piada 21 é aquele difundido na sociedade – não só dos anos 30, mas também anterior a essa – de que o homem é quem manda e a mulher obedece, já que prevalece na anedota o querer masculino.

²⁷⁹ SCHAD, op. cit., p. 139.

Assim, essa piada bem como outras que já apresentamos nesta dissertação só fazem sentido porque os sujeitos dessa comunidade alemã possuem uma memória e um imaginário partilhado e coletivo, os quais são atualizados no momento em que se enuncia qualquer discurso.

A anedota a seguir é a de número 53, a qual foi publicada no periódico alemão no ano de 1936 na página 2136. E traz o seguinte enunciado:

Piada 53

Die Tischrede: „Meine Herren und Damen! Es ist nicht nötig, daß eine Frau schön ist – auch klug braucht sie nicht zu sein! Aber eins ist unumgänglich notwendig: Gut kochen muß sie können. Das beste Beispiel hierfür liefert uns unsere verehrte Frau Gastgeberin heute abend. Und so bitte ich Sie, in diesem Sinne Ihre Gläser zu erheben...”²⁸⁰

O texto humorístico exposto acima traz um discurso de um dos convidados aos demais presentes numa refeição, provavelmente, entre amigos. Tal orador discorre sobre o que é e o que não é essencial em uma mulher. Segundo ele a beleza e a inteligência não são importantes, mas é fundamental ao sujeito feminino ser capaz de cozer bem. Ao final de sua fala o suposto convidado propõe um brinde dada a esta qualidade “indispensável” que possui a anfitriã, a capacidade de cozinhar bem. Daí tal mulher ser celebrada e aclamada pelos convidados, o que é proposto por um brinde.

As escolhas discursivas do autor nesta anedota 53 apontam para uma formação discursiva dominante, que o autor assume ao empregar suas palavras. Ao dizer que uma mulher não “precisa ser bonita e nem inteligente” ele reforça a concepção ideológica nazista, que não valoriza a beleza e a inteligência da mulher, pois tais qualidades são preocupações da

²⁸⁰ Discurso à mesa: “Meus senhores e minhas senhoras! Não é necessário que uma mulher seja bonita – ela também não precisa ser inteligente! Mas uma coisa é absolutamente indispensável: ela precisa saber cozinhar bem. O melhor exemplo disto nos oferece hoje à noite, a nossa senhora anfitriã. E assim eu peço aos senhores para que levantem seus copos.” (tradução nossa)

mulher moderna, a qual se preocupa com a beleza, o mundo das aparências e dos direitos de cidadã, concepções essas que segundo o NSDAP advinham e eram peculiares das ideias judaicas, as quais buscavam degenerar a mulher ariana.

Ao propor um brinde a essa mulher, com a característica indispensável, cozinhar bem, o autor dessa piada remete o leitor para o âmbito do doméstico, o confinamento, o privado, lugares esses já inseridos pelas convenções, normas e regras socioculturais na sociedade. O papel doméstico da mulher nesta anedota sobrepuja sua característica de indivíduo feminino, a beleza, e a sua capacidade de pensar, a inteligência. O autor coloca de lado as características que as mulheres buscavam anteriormente ao nazismo, sua valorização pessoal com estudos, trabalho, beleza etc., e reforça valores do governo vigente que sobrevaloriza a mulher que adere às novas normas imputadas pelos nazistas no que se refere aos gêneros.

Em todo caso, não se pode esquecer que, mesmo deixando entrever sua posição ideológica em relação à mulher, o homem que discursa em homenagem a essa anfitriã, claramente com o intuito de elogiá-la, acaba deixando escapar que essa mulher é feia e burra. De acordo com Freud “[...] quem quer que permita à verdade escapar em um momento de distração, em realidade se alegra por livrar-se da mentira. Eis um correto e profundo *insight* psicológico.”²⁸¹ Embora o homem pronuncie um discurso de acordo com a concepção vigente, ele escorrega nas normas de etiqueta social, o que causa riso no leitor, uma vez que esse homem desvela-se como uma pessoa não polida e ignorante das relações que regem as regras sociais e de boas maneiras. Não se pode conceber que um convidado, ao elogiar a anfitriã, ofenda-a ao taxá-la de feia e burra.

Se o homem desperta riso por não conhecer as normas sociais, seu comportamento risível, que não leva em consideração a beleza e a inteligência da mulher, acaba, por tabela,

²⁸¹ FREUD, op. cit., p. 126.

colocando em xeque a concepção de mulher da Era Hitler que, em última instância, é também apresentada como risível, mesmo que essa crítica não possa ser percebida em uma leitura superficial da anedota.

Devemos lembrar que nas sociedades, de modo geral, há regras e normas, que nos impedem e restringem de falar algo diretamente, no caso da anedota estudada de dizer que uma mulher “ariana” é risível por ser feia e burra, pois de acordo com Freud há nos membros de uma sociedade uma censura interna, que os impede de esboçar uma opinião sincera sobre determinado fato. Entretanto, esta pode ser veiculada pelo chiste, o qual supera tal repressão interna através do processo chistoso, já que este suborna tais obstáculos que há nos homens, levando-os a rir e causando-lhes prazer, mesmo que o conteúdo da anedota seja preconceituoso e esteja atingindo o outro (alguém, uma instituição, um governo etc.) de modo mordaz.

Mesmo detectando-se nessa piada um desvio das concepções vigentes podemos observar em tal anedota as convenções, que apontam para a ideologia dominante. A personagem masculina desta piada, ao retratar a figura feminina sob a perspectiva governamental hitlerista, nos mostra o quanto a sociedade estava exposta aos conceitos então apregoados sobre mulher neste meio.

Assim, podemos também aqui observar que “[...] há uma relação entre linguagem e exterioridade que é constituída. [Assim] [...] não se dirá que acrescentamos dados históricos para melhor delimitar a significação, dir-se-á que o processo de significação é histórico”.²⁸² E, por isso, o autor desta piada coloca em relevo, como positivo, a habilidade de cozinhar da mulher, já que este saber discursivo, apontado como uma qualidade feminina, sustentava uma verdade socialmente aceita, a de que a mulher está vinculada ao lar e aos seus afazeres, o que inclui a tarefa de cozer.

²⁸² ORLANDI, op. cit., p. 18.

Nas piadas analisadas nesta segunda parte do trabalho observa-se a representação da mulher enquanto inferior, dona de casa, passiva, que se sujeita e obedece ao homem, ou seja, aquela propalada pelo governo vigente. Exceção feita à piada número 18 e 53, que buscam dizer x e acabam por significar y, em que o ridículo recai sobre o homem. Tais variantes interpretativas deixam entrever a vitalidade da arte que sempre acha alguma brecha para minar os sentidos pré-existentes.

Nestas anedotas, embora algumas mulheres possuam características e comportamentos da mulher moderna, caso dos textos humorísticos números 21, 38, 39, esses permanecem só no visual, pois elas continuam sendo vistas como incapazes, inferiores, tolas, ridículas etc.

Nas piadas 38, 39 (a e b), que abordam a questão do cigarro e da maquilagem e da faca suja de sabão, tem-se novamente uma imagem feminina negativa, que se torna patente pela incapacidade feminina de executar determinadas tarefas com sucesso, como diferenciar um cigarro de batom, discernir entre um objeto limpo e sujo. Ademais, há ainda o modelo de piada, número 58, que supervaloriza a mulher enquanto dona de casa, sendo desnecessário a ela outras características como beleza e inteligência, qualidades essas muito valorizadas por mulheres que buscavam uma vida mais livre e emancipada. Para concluir temos a piada 39A, na qual o gênero feminino é retratado como insensível e sem sentimentos.

Os discursos veiculados nessas piadas femininas não buscam só criticar o modelo de mulher emancipada dos anos da República de Weimar, mas visam também modelar, moldar e reeducar tais mulheres – que ainda possuem práticas como o de fumar, maquilar e estudar. O objetivo é mudar o modo de pensar dessas mulheres classificadas como “emancipadas”, as quais são retratadas como estúpidas e inferiores. Esse modelo de piada tendenciosa, que leva o leitor ao riso, tem um poder de persuasão que não age pela coerção, entretanto pelo divertimento, que torna cômica e ridícula a mulher que possui comportamento

diferente daquele louvado pelo partido hitlerista.

Desse modo, cinco das seis piadas aqui apresentadas indicam o clichê da mulher dependente, inferior e dona de casa. A beleza, a inteligência e a emancipação seriam atributos negativos advindos de uma tendência judaica, a qual foi condenada nesta sociedade que Hitler almejou. Pelo viés humorístico os autores e caricaturistas destes discursos fazem valer e fortalecem a formação ideológica nazista, que vê o feminino como passivo, submisso, inferior, incapaz etc., repetindo tais características em quase todas as anedotas aqui apresentadas.

Embora essas piadas funcionem como instrumentos de propaganda das concepções nazistas, devemos frisar que em duas delas (piada nº 18 e 53) há dizeres, como mostrado pelas leituras apresentadas, que diferem da ideia dominante hitlerista. Esses chistes buscam, ainda que de modo parcial, burlar a censura governamental, visto que apresentam no discurso da anedota um discurso que aponta o homem como alguém tolo e mais estúpido que a figura feminina. Embora também retrate a mulher como objeto de riso.

Para concluir é importante aqui lembrar que a repetição foi uma das marcas da propaganda nazista. Tal técnica foi eficaz e buscava o convencimento individual e do grupo, para aceitação das concepções ideológicas nazistas. Goebbels certa vez declarou que “[...] com repetição suficiente, e a compreensão psicológica das personalidades envolvidas, não seria impossível provar [...] que um quadrado é um círculo. Depois de tudo, o que são um quadrado e um círculo?” (2010 apud WITZEL, 2011 p. 28)²⁸³

Em outros termos, a repetição de algo em princípio falso pode se tornar verdadeiro quando através de reiteraões, obtém-se o resultado esperado. Para alcançar o sucesso com tal técnica é preciso conhecer, paralelamente, a base psicológica das pessoas envolvidas. Podemos concluir assim que esses conceitos nazistas, uma vez repetidos em inúmeras piadas

²⁸³ MARTINS, Z. **Propaganda, é isso aí!**: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 257.

de um jornal de grande circulação na Alemanha funcionariam, através da reiteração, como veículos de propaganda nazista e assim seriam incorporados e introjetados pela população não pela força, contudo pelo divertimento e pela simpatia que o chiste aflora no leitor ao levá-lo ao riso.

Se pensarmos nas piadas enquanto discursos que visam suplantar a inibição interna e externa e ainda proporcionar prazer naquele que a lê e cai na gargalhada, podemos dizer que o governo nazista escolheu um dos métodos mais eficazes para o convencimento psicológico, pois a piada, quando bem sucedida, fomenta e oferece uma ideia, naquele que a lê ou a conta, como correta.

Considerações finais

Neste trabalho buscamos investigar em que medida as anedotas publicadas no periódico *Berliner Illustrierte Zeitung*, nos anos de 1935 e 1936, contribuíram para divulgar as ideias e a visão de mundo hitlerista. Para atingir nosso objetivo e apreender tais discursos humorísticos procuramos nortear nossa pesquisa com base no referencial teórico-metodológico da Análise do Discurso, abordagem com qual iniciamos o presente estudo. Outros teóricos eventualmente citados serviram para alicerçar argumentos específicos e, por isso, foram mencionados quando sua inserção mostrou-se pertinente.

Nessa primeira parte foi feito um esboço sobre a metodologia utilizada, no qual deu-se ênfase a conceitos como o das condições de produção do discurso, memória discursiva/interdiscurso e sentido. Essa teoria serviu de fundamento para a análise dos chistes e nos permitiu reconhecer as posições ideológicas dos sujeitos do discurso humorístico inscritos nas anedotas e, por vezes, a presença de um saber discursivo que se constitui de um já-dito, isto é, “[...] palavras já ditas e esquecidas, ao longo do tempo e de nossas experiências de linguagem que, no entanto, nos afetam em seu “esquecimento”.”²⁸⁴

Para melhor determinar as condições de produção do discurso, traçamos um panorama da história alemã, antes e durante o período nazista, instalado no poder na Alemanha no início de 1933. Essa contextualização dos fatos históricos que antecederam o regime ditatorial nazista tornou-se necessária e coerente na medida em que o conceito de discurso é entendido como um processo, que está pautado nas relações sócio-históricas que o compõem. Assim, o sentido das palavras e das imagens de um discurso possui relação com todo o contexto cultural, histórico, social e ideológico que constitui o sujeito que ali se expressa via sua produção intelectual.

²⁸⁴ ORLANDI, Maio de 1968: Os silêncios da memória. In: ACHARD, P. **Papel da Memória**. 2ª. Edição, Campinas, SP: Pontes Editores, p. 65.

Como a propaganda foi muito enfatizada durante o governo nazista e tornou-se fundamental para o NSDAP chegar e se consolidar no poder, ela foi esboçada no terceiro capítulo deste trabalho e algumas de suas técnicas retomadas no momento da análise, pois as piadas podem ser entendidas como um veículo de propaganda do regime nacional-socialista. Na medida em que o sistema político instaurado por Hitler atuou em todos os setores da vida social, sendo a imprensa uma delas, buscamos perscrutar os ditames que regiam o jornal *Berliner Illustrierte Zeitung* desde sua fundação até seu declínio em 1945.

Assim, pudemos perceber como esse jornal supracitado tornou-se um instrumento interessante para o NSDAP, uma vez que trazia em suas páginas matérias descontraídas, distantes da realidade do país, levando à alienação e, em última análise, à manipulação. O jornal era totalmente permeado de imagens, fato este muito valorizado pelos nazistas, já que segundo Hitler “[...] os indivíduos não são obrigados a um trabalho mental. Basta olhar, ler pequenos textos”.²⁸⁵ Ou seja, o indivíduo não deveria ser incitado a grandes reflexões e carecia apenas notar o que se difundia naquelas imagens ou pequenos textos. Pudemos assim observar que o jornal estudado foi um veículo importante, que se relacionou muito bem com o leitor e atuou no imaginário social como um elemento discursivo e, principalmente, imagético, que influenciou e determinou comportamentos, sendo de grande valia para fomentar uma ideologia.

Nesse sentido, a partir dos discursos produzidos nos chistes aqui analisados foi possível perceber a relação que esse discurso mantinha com o contexto histórico vigente e com outros dizeres já produzidos em sociedade em outros contextos históricos, os quais foram atualizados no período nazista. No que concerne aos enunciados das piadas sobre judeu, observamos que estes estão ancorados em já ditos, que apontam para visões tradicionais em relação ao israelita. As imagens advindas da Idade Média, segundo as quais o judeu é

²⁸⁵ HITLER, op. cit., p. 293.

geralmente visto como usurário, ganancioso, avarento, prestamista de má-fé, rico, apontando para a via econômica do preconceito, são revitalizadas e recontextualizadas.

Além de aventar o preconceito econômico contra o judeu, essa figura é retratada em um dos casos estudados como um animal, um porco o que, por sua vez, remete ao discurso do antissemitismo religioso, que vê o judeu como sujo e pecador. Pode-se, portanto, dizer que essas concepções sobre os judeus estavam há muito tempo sedimentadas no imaginário coletivo alemão, inscritas em seus discursos e que foram reatualizadas no discurso nazista.

Os sujeitos que produziram tais piadas e imagens apontam para formações discursivas tanto do antissemitismo tradicional (religioso, econômico) quanto do antissemitismo moderno (judeu dominador). Tal fato nos indica a importância do interdiscurso, que é diretamente observável na construção dessas piadas confeccionadas durante o regime nazista.

No que se refere às piadas femininas, verificamos que elas remetem a um discurso que sanciona a mulher negativamente, apontando-a como alguém inferior ao homem, que deve atender às normas nazistas referente ao seu papel nesta sociedade em que todos têm uma função a cumprir. No caso das piadas analisadas, a mulher deveria: ficar confinada ao âmbito doméstico, não fumar, não se maquiar, cumprir bem seus afazeres domésticos.

Invariavelmente, em cinco destas piadas as mulheres são tolas, não possuem capacidade de discernir coisas banais que lhes ocorrem no cotidiano. Mesmo quando possuem uma aparência de mulher moderna, fato observado pelas vestimentas e cortes de cabelo, elas se mostram submissas, obedientes, conformadas e tolas. Exceção feita às piadas número 18 e 53, as quais fogem, mesmo que parcialmente,²⁸⁶ à regra do discurso dominante, visto que se observa nessas duas piadas um leve discurso de resistência.

²⁸⁶ Dizemos parcialmente, porque na piada número 18 a mulher também é alvo de zombaria, pois lê devagar. Só que nesse caso, o homem é mais ignorante ainda, pois não sabe quase escrever. E na piada 53 o homem ao buscar ressaltar uma das qualidades primadas pelo Estado nazista na anfitriã, saber cozinhar bem, caracteriza-a de feia e burra, fato que aponta para sua própria ignorância em relação às regras de etiqueta, que também regem uma sociedade.

Os sujeitos enunciadore, que falam nestas piadas não aderem totalmente ao discurso dominante em relação à mulher, visto que apontam o homem como alguém ainda mais tolo e ignorante do que a figura feminina. Ao revelar tal posição social e ideológica em seus discursos, esses autores assinalam que estão ligados a duas formações discursivas diferentes e conflitantes. Fato esse que nos indica que estes autores (da anedota 18 e 53) estão imersos em sentidos institucionalizados – de épocas anteriores e que ganham nuances novas no nazismo – e aqueles não institucionalizados, que possuem uma direção discursiva distinta da dominante.

Esses dizeres de oposição das piadas (nº 18 e 53) aos discursos dominantes são muito importantes para este trabalho, na medida em que são gestos e posições de autores que não estavam de acordo com a injunção nazista, e assim, buscavam resistir, ainda que de modo sutil, ao discurso dominante estatal, via discursos como os das piadas, que foram eficientes também no sentido de burlar as normas e a censura nazifascista vigente no país, como pode ser visto por meio destes dois exemplos de piadas.

O discurso dos chistes femininos pró regime nazista se apresenta, pois, como um discurso de propagação das ideias da “sociedade nazista”, que busca incutir o seu ponto de vista ideológico em relação à figura feminina. Para a formação ideológica nazista, a mulher que pratica atos como o de fumar, maquilar-se são indignas e condenáveis, pois estão a um passo de degenerar-se, na medida em que tais atitudes se alinham, segundo as normas do nacional-socialismo, ao preceito judaico.

Conforme as considerações de Freud, a piada é algo que leva a pessoa que a ouve (no caso estudado, que a lê) a concordar com o que ali está sendo dito, sem cotejar as informações com os fatos verdadeiros. Por proporcionar prazer e superar as inibições sociais que há em nós esse tipo de discurso desperta, mais facilmente, descontração e adesão. O riso advindo da piada, uma manifestação de regozijo, acaba por manifestar, nesse caso, uma

atitude de escárnio e desprezo e contribui para o regime nazista, que vê no chiste uma forma de ridicularizar a segunda pessoa, que é seu alvo, e manipular inconscientemente a população que está sob seu domínio.

Desse modo, nos respaldamos em Freud, para dizer que a piada consegue reunir em seu favor aquele que a lê ou a ouve, ou seja, a terceira pessoa descrita pelo autor no processo chistoso. Esta, talvez inicialmente indiferente a determinado assunto, [torna-se um] correligionário daquele que produz a piada, o qual ao transmitir ódio ou desprezo por determinada pessoa ou ideia etc. via as anedotas, alicia para estas “[...] um pugilo de oponentes quando, de início, só existia um único”.²⁸⁷ Entretanto, o autor ressalta que esta terceira pessoa para rir precisa estar em “[...] algum grau de benevolência ou [n]uma espécie de neutralidade, uma ausência de qualquer fator que pudesse provocar sentimentos opostos ao propósito do chiste”.²⁸⁸

Para finalizar, observamos que as piadas, expostas na última parte de nosso trabalho possuem uma ligação com o contexto histórico vigente, fato que foi possível identificar e mostrar por meio de uma análise discursiva das piadas, as quais não se respaldaram apenas no contexto imediato, mas também num contexto sócio-histórico mais amplo. Nessas anedotas encontramos discursos produzidos em diferentes momentos históricos, esquecidos e retomados pela memória discursiva daqueles que as criaram, adquirindo assim novos matizes na sociedade nazista. Desse modo, verificamos que o sentido das palavras, proposições e imagens vai muito além da intenção dos sujeitos que produziram esses chistes, visto que esses autores ou caricaturistas são perpassados por outros dizeres já em circulação na sociedade, ou seja, possuem uma memória discursiva.

²⁸⁷ Freud, op. cit., p. 156.

²⁸⁸ Ibidem, p. 168.

Bibliografia

ADORNO, T. W. **Educação e Emancipação**. Tradução Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ALMEIDA, A. M. de. **A República de Weimar e a ascensão do nazismo**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

ALTHUSSER, L. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado**. 3ª Ed. Lisboa: Editora Presença, 1980.

ARENDT, H. **O sistema totalitário**. Lisboa: Publicações D. Quixote, 1978.

_____, **Compreender: formação, exílio e totalitarismo (ensaios) 1930-54**. Tradução Denise Bottman; organização, introdução e notas Jerone Kohn. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008

_____, **A dignidade da política: ensaios e conferências**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1993.

BARLOG, **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 1603, 1936.

_____, **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 1881, 1936.

_____, **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 1395, 1935.

BARTOLETTI, S. C. **Juventude hitlerista: a história dos meninos e meninas nazistas e dos que resistiram**. Tradução de Beatriz Horta. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.

BERGSON, H. **O Riso**: ensaio sobre a Significação da Comicidade. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins fontes, 2001.

BOB, **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 2136, 1935.

BOCK, G. A política sexual nacional-socialista e a história das mulheres. In: DUBY, G.; PERROT, M. **História das Mulheres no Ocidente**. Sob a direção de Georges Duby e Michelle Perrot. Tradução e revisão: Maria Helena da Cruz Coelho et. AL. São Paulo: Edições Afrontamentos, 1991.

BRAMAN, M. **How much the Germans know about the Final Solution?:** An Examination of Propaganda in the Third Reich. Western Michigan Libraries, 2010. Disponível em: <http://www.wmich.edu/library/digi/collections/mowen/research/index.php> Acesso em: 20 abr. 2011.

BRANDÃO, H. N. Discurso, gênero e cenografia enunciativa. In: MICHELETTI, G. (org.). **Enunciação e gêneros discursivos**. São Paulo: Cortez, 2008.

BRECHT, B. **Gesammelte Werke in 20 Bänden** (Band 9). Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1976.

BROSSAT, A. **Cenas do fim do mundo. In Berlim, 1919-1933**: a encarnação extrema da modernidade. Organizado por Lionel Richard; tradução, Lucy Magalhães; revisão técnica, Francisco José Calazans Falcon. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

BURRIN, P. **Hitler e os judeus**. Tradução: Ana Maria Capovilla. – Porto Alegre: L&PM, 1990.

CANETTI, E. **Massa e Poder**. Tradução Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

COSTA, H. **Um olho que pensa**. São Paulo: FAU-USP, 1998.

COUTO, J.; HACKL, G. **Hjalmar Schacht e a Economia Alemã (1920-1950)**. Revista Economia e Sociedade - Vol.16 n.3, p. 311-341. Disponível em: www.eco.unicamp.br Acesso em: 22 jul 2010.

COURTINE, J. J. **Quelques problèmes théoriques et methodologiques en analyse du discours**: à propos du discours communiste adressé aux chrétiens. In Langages, n. 62, Paris: Larousse, 1981, p. 9-127.

DAMASCHKE, S. **Pequena história do coelho, do ovo e das Tradições de Páscoa**. Revisão: Soraia Vilela. 2009. Disponível em: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4170856,00.html>. Acesso em: 10 nov. 2011.

DIEHL, P. **Propaganda e Persuasão na Alemanha Nazista**. São Paulo Ed. Annablume, 1996.

DÖLLING, I. **Die Rolle der deutschen Frau im Dritten Reich**: Zwischen Ideologie und realen Notwendigkeiten. Postdam, 2003. Disponível em: https://pantherfile.uwm.edu/aparlow/www/papers/gender_1.pdf . Acesso em 06 set. 2011.

DÖRING, A. **Rheinische Bräuche durch das Jahr**. Eine Veröffentlichung des Landschaftsverbandes Rheinland/Amt für rheinische Landeskunde Bonn. Greven-Verlag, Köln 2006. 440 Seiten mit 230 Abbildungen.

DUPEUX, L. **História Cultural da Alemanha 1919-1960**. Tradução de Elena Gaidano. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

VON ECKART, W.; GILAMN, S. L. **A Berlim de Bertold Brecht**: um álbum dos anos 20. Tradução, Alexandre Lissovsky. Rio de Janeiro: Editora: José Olympio, 1996.

FABRIS, A. **A fotomontagem como função política.** História. São Paulo, v.22, n. 1, pp. 11 a 57, 2003.

FAULSTICH, W. **Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter, 1830-1900,** Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 2004.

FERBER, C. **Berliner Illustrierte Zeitung: Zeitbild, Chronik, Moritat für jedermann 1892-1945.** Zusammen gestellt und herausgegeben von Christian Ferber. Berlin: Ullstein Verlag, 1982.

FERNANDES, C. A. **Análise do Discurso:** reflexões introdutórias. 2 edição. São Carlos : Claraluz, 2008.

FEST, J. **Hitler.** Tradução Ana Lúcia Teixeira Ribeiro *et alli.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1976.

FREI, N.; SCHMITZ, J. **Journalismus im Dritten Reich.** München: Verlag C.H Beck, 4ª edição, 1999.

FREUD, S. **Os chistes e suas relações com o inconsciente.** Rio de Janeiro: Imago, 1969.

FREUND, G. **Fotografia e Sociedade.** Lisboa: Vega. 1994.

FRIEDRICH, Otto. **Antes do Dilúvio.** Um retrato de Berlim nos anos 20. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GANEVA, M. **Women in Weimar fashion:** discourses and displays in German culture 1918-1933. USA: Camden House, 2008.

GAY, P. **A cultura de Weimar.** Tradução de Laura Lúcia Costa Braga. Rio de Janeiro: Paz e

Terra, 1978.

GOLDENSOHN, L. **As entrevistas de Nuremberg: conversas de um psiquiatra com os réus e as testemunhas**. Organização e introdução Robert Gellatety; Ivo Korytowski, São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

GOLDHAGEN, D. J. **Os carrascos voluntários de Hitler: o povo alemão e o Holocausto**. Tradução de Sérgio Koizman. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

GÖRTEMAKER, H. B. **Eva Braun**. A vida com Hitler. Tradução Luiz A. de Araujo. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

GUÉRIN, D. **Fascismo y gran capital**. Madrid: Editorial Fundamentos, 1977.

HAYNES, C. H.H, **A Generation of Materialism**. Nova Iorque, 1941.

HITLER, A. **Minha Luta**. São Paulo, Editora Moraes, 1983.

HOBSBAWM, E. J. **A era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

HOHENDAHL, P. U.; FRANCISCO, R. B. **Building a national literature: the case of Germany, 1830-1870**. Cornell University Press, 1989.

HOLZHAUSEN, M. **O humor no nazismo**. Estudos Lingüísticos XXXI. Anais de Seminários do GEL. 2000. Disponível em: www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/31/htm/comunica/CiII27b.htm Acesso em: 20 jan. 2009.

HUNG; J. **‘Generalprobe’ - Erika Mann’s early journalistic work for *Tempo***. Institute of

Germanic & Romance Studies, University of London, 2-3. April 2009, p. 03. Disponível em: <http://www.jochenhung.de/academic/papers/generalprobe/generalprobe.html>. Acesso em: 20 abr 2011.

_____, **‘Tempo’: a newspaper in search of an audience**. Institute of Germanic & Romance Studies, University of London, 14-15 January 2010, p. 02. Disponível em: <http://www.jochenhung.de/academic/papers/tempo/tempo.html> Acesso em: 25 jul 2011.

JOHNSON, P. **História dos judeus**. Tradução de Henrique Mesquita e Jacob Volfzon Filho. Rio de Janeiro: Imago, 1995.

KERSHAW, I. **Hitler: um perfil do poder**. Tradução, Vera Ribeiro; revisão técnica e notas biográficas, Samuel Salinas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. 1993.

_____, **Hitler**. Tradução de Pedro Maia Soares – São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

KLEINERT, C. **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 1515, 1935.

_____, **Berliner Illustrierte Zeitung**. p. 781, 1936.

KLEMPERER, V. **LTI: a linguagem do Terceiro Reich**. Tradução, apresentação e notas de Miriam Bettina Paulina Oelsner. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

KRACAUER, S. **De Caligari a Hitler**. Uma história Psicológica do cinema alemão. Tradução de Tereza Ottoni. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.

KRUMMEL, F. R. **Ausbreitung und Wirkung Des Nietscheschen Werkes im Deutsches Sprachraum bis zum Todesjahr: ein Schrifttumsverzeichnis der Jahre 1867-1900**. Unter Mitw. Von Evelyn S./ Krummel – 2., verb und eng. Aufl. Berlin: New York: de Gruyter, 1998.

LENHARO, A. **Nazismo – O Triunfo da Vontade**. São Paulo, Editora Ática, 1990.

MANN, G. **Deutsche Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts**. Frankfurt am Main, 1958.

MANN, T, Betrachtungen eines Unpolitischen, In ____: **Gegen Recht und Wahrheit**. Berlin, 1922.

MARIANI, B. S. C. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, E. P. (Org.) **O discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas-SP: Pontes, 1993, p. 41.

NAVE-HERZ, R. **Die Geschichte der Frauenbewegung in Deutschland**. Hannover: CW Niemeyer, 1997.

ORLANDI, E. P. **A linguagem e o seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1987.

_____, A leitura proposta e os leitores possíveis. In ORLANDI, E. (Org.). **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 2003.

_____, **Análise do Discurso**: Princípios e Procedimentos. Campinas-SP: Pontes, 2007a.

_____, **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 2007b.

_____, Maio de 1968: Os silêncios da memória. In: ACHARD, P. [et al.] **Papel da Memória**. Trad. José Horta Nunes, 2ª Edição. Campinas: Editora Pontes, 2007c, p. 59-67.

PAXTON, R.. **A Anatomia do Fascismo**. Tradução de Patrícia Zimbres e Paula Zimbres – São Paulo: Paz e Terra, 2007.

PECHEUX, M. “**Ler o arquivo hoje**”, In: *Gestos de Leitura*, E. Orlandi (org.), Campinas: Editora da Unicamp, 1994, p. 55-66.

_____, PÊCHEUX; FUCHS, C. (1975) A propósito de Análise Automática do discurso: atualizações e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradução de Bethania S. Mariani et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

_____, **O Discurso**. Estrutura ou acontecimento. Tradução E. P. Orlandi (org.), Campinas-SP: Pontes, 1990.

_____, “Papel da Memória”. In: ACHARD, P. [et al.] **Papel da Memória**. Trad. José Horta Nunes, 2ª Edição. Campinas: Editora Pontes, 2007, p. 49-57.

_____, **Semântica e Discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. Tradução Eni P. Orlandi, 4. ed. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 2009.

POLIAKOV, L. **Europa Suicida**, São Paulo: Perspectiva, 1985.

POSSENTI, S. **Os humores da língua**: análises lingüísticas de piadas. Campinas: Mercado de Letras, 2000.

_____, “Estereótipos e Identidade: o caso das piadas”. In: **Os Limites do Discurso: ensaios sobre discurso e sujeito**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. p. 155-156.

_____, **Questões para analistas do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

_____, Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F; BENTES, A. C. (orgs) **Introdução a lingüística: fundamentos epistemológicos**. Vol. 3. São Paulo: Cortez, 2004, p.309.

REIS FILHO, D. A. R. **A revolução Alemã, mitos & Versões.** *São Paulo*, Ed. Brasiliense, 1984.

RIESS, C. **Goebbels.** Traduit de l'anglais par Hélène Kern. Paris: Arthème Fayard, 1956.

SCHAD, M. “Die Frauen gehören heim in die Küche und Kammer”: Frauenleben unterm Hakenkreuz. In: LEUTHEUSSER, U. **Hitler und die Frauen.** Stuttgart München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2001, p. 129.

SCHMITT, C. **O conceito do político.** Tradução de Álvaro L.M.Valls. Petrópolis: Vozes, 1992.

SONNTAG, S. **Diante da dor dos outros.** Tradução Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SORLIN, P. **O anti-semitismo alemão.** São Paulo: Perspectiva, 1974.

STEINER, G. **Linguagem e Silêncio:** ensaios sobre a crise da palavra. Tradução G. Stuart, F. Rajabally. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

STROHMEYER, K. Harmonia aparente e crise latente. In: RICHARD, L. (Org.) **Berlim, 1919-1933:** A encarnação extrema da modernidade. Tradução Lucy Magalhães; revisão técnica, Francisco José Calazans Falcon – Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

SZNITER, C. **A dimensão visual da Propaganda Nazista:** As imagens do judeu e do ariano. Universidade de São Paulo: 1996. Tese de Doutorado.

VIKTINE, A. **Mein Kampf:** a história do livro. Tradução Clovis Marques. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.

VON ECKART, W; GILAMN, S. L. **A Berlim de Bertold Brecht**: um álbum dos anos 20. Tradução Alexandre Lissofsky. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1996.

WALLE, M. As berlinenses e seus combates. In: RICHARD, L. **Berlim, 1919-1933: A encarnação extrema da modernidade**. Organizado por Lionel Richard; tradução Lucy Magalhães; revisão técnica, Francisco José Calazans Falcon – Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

WEISE, B. “Ich muss jetzt fort zum Reichstag” Dr. Erich Salomon – Beruf: Photojournalist. In: **Erich Salomon – „Mit Frack und Linse durch Politik und Gesellschaft“**: Photographien 1928-1938. München: Schirmer/Mosel, 2004.

WELCH, D. **The Third Reich** – Politics and Propaganda, London an New York, Routledge, 1994.

WIESEL, E. **Kadish**: história do holocausto. Tradução Roberto Raposo. São Paulo: EBLIC, 1995.

WITZEL, D. G. **Práticas Discursivas, Redes de Memória e identidade do feminino**: entre princesas bruxas e lobos no universo publicitário. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”: 2011, Tese de Doutorado.