

# A INSTRUMENTALIZAÇÃO DA MÍDIA PARA MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA: O CASO DA ASCENSÃO DE HITLER

## *THE INSTRUMENTALIZATION OF THE MEDIA TO MANIPULATE PUBLIC OPINION: THE CASE OF HITLER'S RISE*

**Lauro Henrique Gomes Accioly Filho<sup>1</sup>**

### **RESUMO**

Líderes políticos como Hitler interferiram na formação da opinião pública através da mídia, porém, fizeram em contextos sociais, políticos e econômicos que pressionavam a população a formarem preferências políticas intransigentes. Essa dimensão da mídia traz debates contundentes de sua participação na formação da opinião pública, assim como suscita questões sobre o papel da mídia no âmbito interno do Estado e no palco mundial. Este artigo, por sua vez, busca contribuir interdisciplinarmente, via revisão bibliográfica a fim de abordar os impactos da mídia na formação da opinião pública, a partir de um estudo de caso sobre ascensão de Hitler, e como ela também pôde romper com esse lado obscuro de manipulação da opinião pública com o ingresso do jornalismo global abordando pautas de diversos espaços geográficos. Os resultados obtidos apontam que a mídia permanece traçando desafios para opinião pública, porém, o jornalismo assumindo um papel de caráter global contribui, em certa medida, para que veiculação de informações imprecisas de problemas do âmbito interno dos Estados não seja possível, assim como Hitler fez escondendo o sistema de holocausto, embora outras questões estejam em alta como as redes sociais e a disseminação de notícias falsas por mídias alternativas.

**Palavras-chave:** Opinião Pública; Formulação de Preferência Política; Comunicação.

### **ABSTRACT**

Political leaders like Hitler interfered in the formation of public opinion through the media, however, they did so in social, political, and economic contexts that pressured the population to form intransigent political preferences. This dimension of the media brings about strong debates about its participation in the formation of public opinion and raises questions about the role of the media within the State and on the world stage. This article, in turn, seeks to contribute interdisciplinary, via a bibliographical review, to address the media's impacts on the formation of public opinion, based on a case study on the rise of Hitler, and how it was also able to break with that side. obscure manipulation of public opinion with the entry of global journalism addressing agendas from different geographic spaces. The results obtained point out that the media continues to present challenges to public opinion, however, journalism assuming a global role contributes, to a certain extent, to the fact that the transmission of inaccurate information on problems within the internal sphere of the States is not possible, as well as Hitler did by hiding the holocaust system, although other issues are on the rise such as social networks and the spread of false news through alternative media.

**Key-points:** Public opinion; Formulation of Policy Preference; Communication.

---

<sup>1</sup> Universidade Estadual da Paraíba (lauro.henrique.gomes.accioly@aluno.uepb.edu.br).

## INTRODUÇÃO

A respectiva pesquisa objetiva rever alguns tópicos contundentes dos processos sociopolíticos que condicionaram forças para ascensão do líder político do partido nazista alemão, Adolf Hitler, cuja vivência política desdobrou problemáticas em diversas áreas, sendo uma delas, a sua forma de apropriação dos ambientes midiáticos como instrumentalização política de formação da opinião pública.

Tal temática é elencado por Fontes *et al.* (2017) e Marinucci (2008) como essenciais para observar o papel fundamental que a mídia detém nas Relações Internacionais, como influenciadora da opinião pública no âmbito doméstico e mecanismo de desfoque internacional dos acontecimentos sociais do âmbito doméstico do país.

Portanto, encarando a perspectiva mcluhaniano de que a mídia é uma extensão das relações humanas, assim como a perspectiva de Martino (2019) de midiatização cujos aspectos das práticas sociais são articulados aos ambientes das midiáticos. Desta maneira, a pesquisa irá adotar uma concepção social da Comunicação que possibilita uma investigação contundente das implicações sociopolíticas de determinadas práticas sociais em ambientes midiáticos, reinterpretando os objetos de pesquisas a partir de contextos que encenam o processo da comunicação.

Por sua vez, tornando concebível a compreensão da comunicação como organização simbólica, conforme sugere Sodré (2014), ao invés de instrumento informacional, o artigo pretende prover um entendimento apropriado do impacto da mídia na formação da opinião dos indivíduos numa sociedade movida por forças sociopolíticas e das tecnologias de mídias, haja vista que cada novo meio comunicacional reflete a alteração realística de um mundo. Isso, será posto com maior precisão na última seção que explana as dificuldades da tática de manipulação da opinião pública no contexto da contemporaneidade, o que não quer dizer impossibilidade.

Neste processo da comunicação, discussões significativas sobre a formação da opinião pública se desenvolvem a fim de compreender o que é o público e como ele se desenvolve para prover posicionamentos políticos. Sendo assim, um aspecto relevante para investigação

da problemática desta pesquisa é de analisar como Adolf Hitler instrumentalizou meios de comunicação para controlar a opinião pública. Por sua vez, a contribuição de Dewey (1954) de que o público desenvolve caracterizações diversas mediante as conjunturas que o afeta, contribuirá para situar como os contextos sociais, políticos e econômicos fazem parte da construção da opinião pública e da configuração de potencialidade que a mídia pode exercer na sociedade.

Deste modo, o artigo busca compreender a tática de instrumentalização da mídia por Hitler de manipulação da opinião pública internamente e externamente com os países europeus ao seu redor, tendo em vista o impacto de sua ascensão internamente com o Holocausto e externamente com uma política expansionista que demorou, conforme a revisão de literatura historiográfica, a ser codificada pelo demais estados. Assim, a pesquisa busca responder ao seguinte problema de pesquisa: Como a tática de instrumentalização da mídia por Hitler foi frutífera no âmbito doméstico e externo, desfocando os acontecimentos sociais do âmbito doméstico do país?

Neste aspecto, a pesquisa é desenvolvida por um Estudo de Caso cuja preferência se dá por sua concepção metodológica de priorizar a profundidade do conhecimento produzido, o que remete a trabalhar a explicação de processos complexos através de especificidades, mas que não se distancia da totalidade do que se investiga, o que condiz com a pretensão de pesquisar o impacto da mídia na formação da opinião pública, levando em conta que o fenômeno repercute em casos atuais e do passado. Por conseguinte, com essa abordagem metodológica será possível esclarecer variáveis pertinentes de forma que possa investigar os resultados e processos dos fenômenos elencados na pesquisa (Henriques; Leite; Teixeira Júnior, 2015).

É, por sua vez, uma pesquisa predominantemente qualitativa que tem como aporte a revisão bibliográfica e com auxílio da estratégia de pesquisa que é o Estudo de Caso supracitado. Na primeira seção será abordado considerações sobre a mídia e sua preponderância nas Relações Internacionais, na segunda seção é tecida considerações sobre o que vem a ser a opinião pública e quais desafios ela enfrenta para fugir da obscuridade que é a manipulação dela.

Já a terceira seção é uma análise histórica do caso da ascensão do Hitler realizando algumas análises das variáveis que explica a particularidade do seu contexto que o favoreceu a aplica

tal tática na manipulação da opinião pública alemã e internacionalmente. Por outro lado, a quarta seção faz um destaque a importância do contexto que Hitler pôde fazer uma frutífera instrumentalização da mídia e como o cenário de globalização altera todo o cenário para que tal evento seja replicado, porém, sublinha outros pontos que mostra desafios para a não manipulação da opinião pública.

Os resultados da pesquisa demonstram que os avanços tecnológicos dos próprios meios de comunicação progrediram em obstaculizar a propagação de distorções de realidades internas dos países, quando feita por departamento estatais da comunicação e empresas estatais de comunicação, já que com, em certa medida, autonomia, alguns jornais desempenham papéis críveis de fomentar outras visões dos acontecimentos domésticos dos países no sistema internacional. Entretanto, outros desafios ainda persistem no âmbito comunicacional a partir do avanço da mídia com a internet e as redes sociais e as práticas comunicativas feitas nestes novos ambientes midiáticos, promovendo desdobramentos arriscados a harmonia das organizações sociais pautadas em valores democráticos de respeito mútuo aos grupos sociopolíticos divergentes e as instituições de regulação dos limites do poder estatal.

### **CONSIDERAÇÕES SOBRE A MÍDIA**

Segundo Fontes *et al.* (2017), a política interna de um país se vincula inerentemente às relações internacionais, pois quaisquer ações que o Estado venha a tomar, seja no âmbito político, econômico ou social, se valerá inversamente no palco mundial. Neste aspecto, as conjunturas internas de um país podem remodelar seu comportamento externamente, ou, o inverso poderá causar a mesma lógica. No entanto, embora raramente seja estudado, o âmbito doméstico provém de uma pluralização de agentes que podem interferir na conduta de um país em vários aspectos. A mídia é um exemplo crivo, cuja capacidade de moldar a opinião pública, interferindo-se nos processos de significação e elaboração das visões acerca da realidade que as pessoas constroem socialmente.

À vista disso, a mídia é encarada, por vezes, como um ator das relações internacionais devido sua capacidade de impactar a opinião pública do âmbito doméstico dos países, porém, não se limita a este aspecto. Pode, também, atuar como mecanismo de influência dos comportamentos sociais ao incidir nas estruturações de percepções sobre as agendas

políticas, econômicas e sociais, cuja opinião pública deve operar. Sendo mais recorrente tal papel da mídia, quando sua caracterização é um meio de comunicação de massa, possibilitando-a de participar da edificação social (Fontes *et al.*, 2017: 444-445).

Não obstante, uma das concepções sobre a mídia sublinha o uso da comunicação como propaganda utilizada pelo governo e, também a preocupação do mesmo com esse departamento, posto que, neste sentido, a mídia exerce a função de uma "arma" para disseminar ideias (Wendzel, 1985, *apud* Marinucci, 2008). Todavia, apesar de Marinucci (2008) considerar bem simplória a visão de Wendzel (1985) acerca da atribuição da mídia na formulação de política externa, visto que a mesma se limita à manipulação através da propaganda pelo governo no meio internacional, ou, à legitimação dos assuntos internacionais junto à população doméstica, esta última vertente pode ser encarada como um dos aspectos principais da sucedida prática de manipulação política de Adolf Hitler frente às disfunções econômicas e sociais que enquadram a população alemã em contextos de fragilização social, econômica e política.

Conforme destaca Dewey (1954), as mudanças sociais podem impactar, em certa medida, o público quando há movimentos sociopolíticos cujos efeitos são de desvalidar o papel da comunidade. E que incentiva os sujeitos a seguirem um ordenamento de papéis arriscados à manutenção do regime democrático, a depender do contexto social, político, cultural e econômico.

De acordo com Levitsky e Ziblatt (2018) as democracias podem ser fragilizadas por líderes políticos eleitos que ouçam subverter o processo que os concedeu poder, primordialmente, quando a sociedade se encontra em condições de vulnerabilidade. *Outsiders* políticos com características autocráticas como Adolf Hitler alcançam espaços de poder via eleições, ou seja, por meios democráticos. Contudo, políticos como Hitler são elencados por partidos políticos a partir de alianças fatídicas, visto que a Grande Depressão de 1930 provocou conflitos internos que desestabilizou tanto a economia como outros setores alemães, pressionando os partidos e tomarem decisões de construir coalizões com líderes que detinham forte apoio popular.

Todavia, embora a mídia tenha se mostrado cada vez mais incisiva no âmbito internacional, o campo de estudo das Relações Internacionais encontra desafios para abordar temas que fogem do escopo convencional, entre os quais estão a atuação da mídia na rotina corriqueira dos países e na política internacional. Em parte, razão disto se encontra na preponderância das perspectivas norte-americanas, colocando o *hard power* e questões de segurança em centralidade, enquanto o *soft power* e os meios de comunicação ficam em segundo plano (Marinnucci, 2008: 45)

Portanto, é imprescindível atribuir considerações ao papel da mídia no mundo político com sua capacidade de construir imaginários, principalmente, os meios de comunicação de massa que detém forte influência no processo de significação do mundo (Fontes *et al.*, 2017).

Conforme recorda Onuf (2001), a compreensão da habilidade normativa dos discursos performativos advém da concepção de que as representações sociais narradas podem informar, no intuito descritivo, como também podem gerar construções sociais normativas a partir de representações parciais e seletivas do que foi desejado exibir, ou seja, dependem de como são narradas.

Sendo assim, vale-se frisar o que o cientista político Robert Dahl (2012) destaca que o acesso à informação não é um fator unitário de construção da consciência cívica das pessoas. Por conseguinte, anexa-se ao que Martino (2019) e Sodré (2014) frisam sobre a compreensão dos aspectos sociais da mídia como uma articulação dos ambientes midiáticos com as práticas sociais, e não um mero aparato informativo.

## **CONSIDERAÇÕES SOBRE A OPINIÃO PÚBLICA**

Apesar de se perpetuar divergências na denominação do que pode ser lido como opinião pública, há caracterizações-chaves que permitem postular com mais precisão a identificação do que é a opinião pública. De acordo com Silva (2016), os traços para analisar o público e sua importância política é tida a partir da consideração que a opinião pública é vista como: os posicionamentos dos cidadãos sobre temas que afetam sua vida no cotidiano.

Por sua vez, em Lippmann, o papel da mídia é colocado em consideração como força motriz do desenvolvimento das formas que os cidadãos vão preferir se posicionar mediante os temas da agenda política do seu país. Para ele, a imprensa concebe a visão de mundo ao público, mas o faz de forma artificial e atrapalha os indivíduos a conquistarem conhecimentos mais palpáveis de interpretação da realidade política (Silva, 2016: 59-60)

Apesar do Lippmann calcar pontos importantes de adjetivação do que vem a ser o público, se faz sucedido seu trabalho de relatar as ineficiências da formação da opinião pública, como naturalizar o público/cidadãos como passivos, lhe fazendo perder anotações indispensáveis quanto aos acontecimentos e situações que afligem a interação entre os sujeitos participantes desse espectro maior, configurado como o público. Desta forma, Dewey avança na análise acerca do público quando descreve o público como reativo, tal enquadramento é afirmado pelo autor mediante sua convicção de que os contextos sociais, culturais e políticos afetam a forma como as pessoas reagem e buscam escolher suas decisões. Em razão disso, os motivos da alienação do público, de sua ineficiência participativa enquanto agentes da manutenção dos pilares democráticos, desenvolve-se em situações aturdidas mais por conta do contexto em que estão inseridas, do que de sua incapacidade de lidar com a responsabilidade de agir de forma coesa (Silva, 2016)

À vista disso, Dewey (1954) promove um avanço peremptório a respeito do público como resultante de um grupo de pessoas afetadas por um acontecimento e a interação que é gerada com outras pessoas devidas suas habilidades comunicativas. Para o autor, o público desenvolve caracterizações diversas mediante a situação que o afeta, pois conforme ocorrem as mudanças sociais, as alterações das conjunturas políticas, sociais e econômicas fazem-se presentes e interferem na formação do público.

Assim, segundo Porto (2003), a mídia torna-se um desafio contumaz ao processo de formação da opinião pública, pois o processo de formação das preferências políticas está relacionado com as influências que o ambiente midiático e político exerce nas pessoas (Porto, 2003). De tal modo, crescem as pesquisas sobre a performance dos regimes democráticos, com novas óticas sobre axiomas cruciais ao regime democrático que refletem questões de participação e igualdade política, o que acabou impulsionando Dahl (2004) a investigar alguns adereços imprescindíveis aos regimes democráticos, como o recebimento

das oportunidades plenas de formular preferências, expressá-las e tê-las consideradas na conduta do governo.

Deste modo, o processo de formação da opinião pública sofre implicações quando as incorporações de habilidades em interpretar a realidade com agudeza e elaborar significados pelos cidadãos são rasas, uma vez que a informação é estruturada simbolicamente, sendo a própria mídia uma contribuidora da formação dos atos de interpretação (Porto, 2003). Inclusive, sendo o que transforma a esfera política, pois a mídia remodela o instrumento usual dos líderes políticos de se comunicarem com a população (Miguel, 2000).

Portanto, o processo de formação das preferências políticas se relaciona com as influências que ambientes midiáticos e políticos exercem nas pessoas ao desenvolver papéis de influência da estruturação de alternativas informacionais, sendo, por muitas vezes, os enquadramentos interpretativos que os cidadãos podem usar para elaborar suas preferências políticas, a depender da forma como são expostos os temas e eventos políticos nos ambientes comunicacionais e políticos. Em vista disso, caso sejam reduzidos os leques de interpretação, o risco de a realidade política ser interpretada de forma esdrúxula ou sob manipulação é maior (Porto, 2003).

### **A ASCENSÃO DE HITLER POR MEIO DA MANIPULAÇÃO DAS MASSAS**

Adolf Hitler iniciou sua trajetória política ainda enquanto exercia a função de cabo durante a Primeira Guerra Mundial, conseqüentemente, assim como a maioria dos alemães, relutou em aceitar o resultado que ele enquadrava como “imerecido” em 1918, assim como os milhares de alemães que não aceitavam as concessões postas pelo acordo de paz advindo da Primeira Guerra Mundial. Por sua vez, esse público é estimulado a acreditar nos discursos propagados por Hitler e por alguns generais, de que o exército alemão não foi vencido no campo de batalha, mas foi “apunhalado pelas costas” por traidores na própria Alemanha que aceitaram as concessões do acordo de paz elaborado como trégua do conflito da Primeira Guerra. Assim sendo, ataques brandos eram direcionados aos considerados culpados por assinarem a rendição e estabelecerem um governo democrático no lugar da antiga autocracia, sendo nomeados de “criminosos de novembro” (Shirer, 2008).



Tal recorte, faz conexão com o que Pini (2021) faz do conceito de populismo enquanto uma ideologia que divide a sociedade em grupos homogêneos, mas, que são antagônicos que faz a distinção entre aqueles que são puros de uma elite corrupta que prejudica a própria sociedade, enquadrando a necessidade de uma liderança que represente os reais interesses do povo.

Segundo Schilling (2019), a dificuldade do povo em aceitar uma Alemanha antes poderosa, e posteriormente sujeita às terríveis condições do Tratado de Paz, apresentava variáveis explicativas contundentes do porquê da forte adesão aos fundamentos discursivos de “punhalada pelas costas”, cuja explicação era direcionada como culpa dos judeus, comunistas e determinados estrangeiros. Diante disto, observa-se que mesmo antes de se tornar um político populista, Hitler já disseminava ideias infundadas que poderiam vir a fazer parte do alicerce para a difusão da ideologia nazista entre as massas populares.

Conforme a historiografia descreve, as disposições econômicas contidas no Acordo de Paz refletiram em contextos de intensas vulnerabilidades sociais, políticas e econômicas, dando abertura para líderes políticos como Hitler se destacarem politicamente (Shirer, 2008). Entre 1920 e 1921, Adolf Hitler se torna líder do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (Partido Nazista), cultivando grande apoio popular, empregando o antissemitismo e a existência de uma “raça superior” ariana como preceito de sua ideologia nazista, mas não obteve significativos resultados eleitorais (Marriott, 2015).

No ano de 1923, ocorreu o “*Putsch da Cervejaria*”, uma tentativa fracassada de dar o golpe em Munique, a qual acarretou a prisão de Hitler até 1924. Foi neste período que o fundador do nazismo escreveu o *Mein Kampf*, seu manifesto político autobiográfico. Sem embargo, a Grande Depressão deu impulso às promessas hitleristas de angariar empregos e restaurar o orgulho nacional. Por conseguinte, em 1933 Hitler alcançou o cargo de primeiro-ministro, e em 1934, dada a morte do presidente alemão Paul Von Hindenburg, nomeou-se *Führer* do Reich alemão (Marriott, 2015).

Todavia, sua ascensão adveio da busca de partidos políticos fortes com interesse de cooptá-lo, tendo em vista a progressão de sua popularidade frente aos discursos de propostas políticas para mitigação dos efeitos econômicos brandos da Grande Depressão, lhe

concedendo apreciação popular que almejavam os políticos do establishment para recuperar seu capital político. Neste aspecto, os partidos políticos, enquanto mecanismos de filtragem das disposições de lideranças políticas, tomaram ações desvantajosas ao regime democrático alemão devido a aprovação de líderes políticos como Hitler que desfrutava de apelos extremistas num período delicado da Europa entre guerras (Levitsky; Ziblatt, 2018).

Neste aspecto, a edificação do partido nazista foi alicerçada em discursos apelativos ao extremismo ao enquadrar as concessões do acordo de paz da Primeira Guerra Mundial, culpando o *establishment* daquele período como os responsáveis pelos efeitos da desestabilização econômica que desdobrou problemáticas sociopolíticas. Assim, auferiram poder ao partido e concomitantemente ao seu líder, conforme destaca Marriot (2015), que foi responsável pela execução de mais de 10 milhões de pessoas, das quais 6 milhões eram judeus, marcando o episódio conhecido como Holocausto na década de 40.

De tal maneira, a ocupação de poder por líderes populistas com traços autoritários, demonstram que recorrentemente crises são exploradas por esses indivíduos para justificarem ações contra as liberdades civis. O caso do incêndio do Reichstag em 1933 ainda permanece nos debates dos historiadores a respeito de quem foi responsável pelo evento. Todavia, em certa medida, por consenso, maioria afirma que tal evento foi usado pela liderança nazista como causa dos decretos de emergência que concederam significativa potência ao partido (Levitsky; Ziblatt, 2018).

Sendo assim, tanto Shirer (2008), quanto Tchakhotine (2002) relatam que Hitler reconhecia a importância da propaganda a partir da observação da utilização dela nos partidos socialistas. No entanto, o primeiro autor vai mais adiante, e expõe citações do manifesto “Minha Luta”, nas quais Hitler identifica o “terror físico e espiritual” como pontos cruciais para o êxito da manipulação da opinião pública, cuja concepção de terror espiritual era compreendido como uma tática de desencorajar o adversário através de calúnias e mentiras, que estiveram presentes na campanha nazista, assim como nas práticas comunicacionais do departamento de comunicação alemão (Shirer, 2008: 41).

Deste modo, estudos estatísticos alemães concluíram que a cada 100 pessoas, 90 sucumbiam às sugestões impostas pela propaganda nazista e apenas 10 pessoas resistiam às mesmas.

Deste modo, Hitler e seu Ministro da Propaganda, Goebbels, executavam duas formas de publicidade: uma era a rácio-propaganda que agia através da persuasão e do raciocínio, direcionando-se aos 10% mais resistentes da população; a outra, direcionada aos 90% da população, era a senso-propaganda que agia por sugestão e atuava sobre os sentidos, incitando ora o medo, ora o entusiasmo (Tchakhotine, 2002: 598-610).

A difusão da ideologia nazista entre os jovens foi facilitada pela mentalidade, favorável ao Partido, que jornais como o *Jungdeustschlandbund* divulgavam. Enquanto o entusiasmo das multidões era ocasionado por excitações acústicas, portando, especialmente na música instrumental, uma forma de apelo à inconsciência. Além de que, outro meio utilizado por Hitler para tornar sua propaganda política penetrante era a obrigação imposta a todos alemães de escutar seus discursos no rádio, nos dias em que eram pronunciados (Tchakhotine, 2002: 596).

Não obstante, Hitler relata em 1934 no seu manifesto que, todo impresso, todo cinema, toda coluna de anúncios e todos os teatros deveriam ser postos a encargo da missão de inflamar no povo a vontade de retomar suas armas e lutar pelos objetivos da Alemanha através de uma guerra sangrenta. O *Führer* reafirmava então, que via na propaganda uma forma de guiar politicamente as grandes massas (Tchakhotine, 2002: 623-624).

Neste sentido, de acordo com Pereira (2004) a propaganda política instaurada em meados da década de 30 ao redor do mundo, especificamente, do governo nazista, era atribuída como uma estratégia de aplicação do exercício do poder político, sendo mais sucedido nos governos em que a censura ou controle dos meios de comunicação exercia o monopólio da determinação dos conteúdos das mensagens, fazendo com que fosse bloqueado qualquer ação contrária à ideologia oficial. Assim, exerciam o domínio da força física e simbólica sob os imaginários das massas, um exemplo crivo foi a instrumentalização do cinema como veículo de mensagens políticas, sendo-as desenvolvidas como indústrias de propagandas políticas, cujos elementos norteadores era monitorar as mensagens veiculadas das produções cinematográficas.

No governo nazista de 1933 a 1945, sob administração de Joseph Goebbels, por intermédio do Ministério da Propaganda e do Esclarecimento Popular do Reich, o cinema alemão

recebeu mudanças abruptas internamente, tanto nas estruturas, organizações, leis, funcionários, produtores, cineastas, quanto externamente no conteúdo de seus filmes, na estética e na apresentação de atores/atrizes que personificavam a estética racial ariana almejada pelos nazistas. Sendo assim, um enfoque brando dos filmes abordando imagens políticas de quem eram os inimigos da nação com produções voltadas ao tema da guerra, onde os judeus eram retratados enquanto conspiradores atrelados a predicados de seres sub-humanos. Por sua vez, dimensionaram significativas propagandas que afirmavam a característica de Hitler enquanto modelo de líder e estimulavam o imaginário de como deveria ser a nação alemã.

Assim, faziam um retrato heroico da Segunda Guerra Mundial com romances exaltando o papel da mulher a fim de mobilizar o âmbito doméstico a persistirem no conflito armado em prol da nação. Ao mesmo tempo fomentavam cinejornais como o *Die Deutsche Wochenschau* e documentários que apresentavam a guerra como um espetáculo armífero que teatralizou favorecimento ao modelo totalitário de governo nazista, enquadrando-os como mocinhos e em contrapartida, os democráticos da época como vilões, neste caso, eram os britânicos.

Referido como o “o maior alemão de todos”, Hitler exerceu um fascínio tão grande sobre os alemães que nenhum outro grande nome da história se comparou a ele no sentido de que, entre seus estados não houve uma só região ou classe social que tivesse rejeitado apoio ou admiração ao, então nomeado, *Führer*. Tanto que, durante o derradeiro da Segunda Guerra Mundial, defrontavam milhares de voluntários, entre milícias e civis, sem treino e mal armados, alegando que sentiam a obrigação de ocupar as trincheiras enquanto Hitler permanecesse em Berlim (Schilling, 2019: 13-15).

## **A MÍDIA NA CONTEMPORANEIDADE E SUAS TRANSFORMAÇÕES**

Na contemporaneidade, o jornalismo internacional assume novas configurações, cujas funcionalidades se encontram na operação discursiva de relatar eventos para além do seu espaço geográfico. Os veículos de notícias inserem um caráter internacional mais incisivo na sua forma de retratar os indivíduos (líderes políticos), com um alcance intenso e

abrangente aos diversos níveis de localização e temporalidade (Nogueira; Melo; Galdino, 2020).

Tais enquadramentos sobre o papel da mídia conferem-se devido às transformações tecnológicas, causando mudanças importantes em diversos espectros como a segurança e acesso a informações governamentais. O mundo globalizado perde as barreiras que antes distinguiam questões externas e domésticas, tendo reflexo primordial no acesso às informações, o que antes era difícil de se acessar, no século XXI torna-se recorrente, sendo assim, o público consegue ser informado sobre diversos assuntos, até mesmo os que eram vistos como secretos (Matusitz, 2005).

Embora a era da informação consiga fornecer novos direcionamentos para política exterior de um país em criar imagens do seu âmbito doméstico no palco mundial, enquanto forma de manter negociações com outros países, a mesma, também, consegue limitar a pretensão de alguns países de realizar tal estratégia. Conforme ilustra Valente e Santoro (2007), com a tática de diplomacia midiática pela *Telesur* no governo de Chávez, seu objetivo de usar interlocutores para propagarem narrações disruptivas sobre a realidade nacional não findaram, já que o mercado global de comunicação dificulta com veemência conteúdos jornalísticos que se mostrem partidários, sendo a *Telesur* uma agência estatal, suas chances de difundir narrativas em escala global são mais obstaculizadas.

Contudo, quando confere-se historicamente o período de proliferação das propagandas nazistas, as quais incitavam o ódio no âmbito interno, as prerrogativas que transbordavam para os demais países no âmbito internacional eram distintas, pois Hitler, mostrava-se apto a renunciar às armas nacionais ofensivas, mas não o fazia, sustentando, por exemplo, no seu “Discurso de Paz” em 17 de maio de 1933 perante o *Reichstag*, uma propaganda enganosa para causar impressões favoráveis do seu governo aos países europeus, com o intuito de livrar-se das penitências impostas no Tratado de Versalhes sem ocasionar a guerra antes da Alemanha estar "armada" e preparada para a mesma (Shirer, 2008: 629).

Neste caso em específico, os responsáveis pela formulação do que seria propagado diante dos meios de comunicações foram astutos e favorecidos pela ausência dos avanços tecnológicos que contribuem com esta era do mundo globalizado, uma vez que, como

percebido através dos argumentos de Matusitz (2005), Valente e Santoro (2007) e Nogueira, Melo e Galdino (2020) a facilidade, relativamente recente, ao acesso à informação no contexto de globalização constrói um obstáculo à difusão de narrativas incoerentes da realidade doméstica em escala mundial.

Mas como explicar na esfera doméstica o apoio das massas a política hitlerista expansionista e dizimadora que acarretou o Holocausto e na 2ª Guerra Mundial?

Conforme elucidado anteriormente, Hitler utilizou a propaganda como arma para persuadir o povo alemão, considerado por Tchakhotine (2002) como uma vitória pela “Violência Psíquica” em razão da forma que “Ele” usou para se impor a população alemã que o levou ao poder. No entanto, o autor também expõe que foram necessárias algumas condições para que essa tática se realizasse, sendo condições de tempo, lugar, e fatores como a disposição e o estado de espírito em que os alemães se encontravam naquele momento, tornando-os suscetíveis a violência psíquica (Tchakhotine, 2002: 590).

Diante disto, observa-se que a alienação do público, como aponta Silva (2016) baseado nas premissas de Dewey, tange uma ineficiência em agir responsabilmente e de forma coesa, no que diz respeito aos assuntos de política e democracia que estaria atrelada ao contexto e as situações que o próprio público vivencia (Silva, 2016: 61-63).

Segundo Hannah Arendt (1999) os oficiais nazistas estavam condicionados a cumprir ordens, seguiam as leis vigentes daquele período, por isto, o mal constante que faziam era uma parte da rotina e, por conseguinte, um instrumento de trabalho, tornando-se assim uma banalidade do mal, ou seja, a prática das atrocidades era um mal que virou comum de ser praticado. Neste aspecto, uma das origens do totalitarismo nazista sustentava-se na banalização da determinação do antiético, a rasa aplicação da razão e coerência do ser humano, um seguimento em massa de ações atrozes (Arendt, 2012).

Por outro lado, este tipo de violência também sofre entraves atualmente, dado a resposta do direito internacional moderno às atrocidades da época hitlerista conforme relata a escritora Heintze (2002), ao mostrar que o direito internacional moderno proíbe a propaganda de

guerra e a defesa do ódio nacional, racial ou religioso, conforme prescrito no ICCPR<sup>2</sup>. Ou seja, o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos e a Convenção Antirracismo proíbem qualquer forma de propaganda racista, assim como a Convenção sobre Genocídio proíbe o incitamento direto e público a cometer qualquer ato de genocídio (Aguirre; Ferrándiz, 2002).

Todavia, eventos recorrentes na contemporaneidade indicam que os avanços da mídia incidem implicações desafiadoras aos processos sociopolíticos, especificamente, nos regimes democráticos. De acordo com Castells (2018), o debate público encontra-se perturbado com o avanço desnordeado da internet e das redes sociais que desestruturaram as formas de avaliar os méritos e deméritos de propostas políticas, ao passo que realizam o debate público a partir de agressões verbais entre grupos indenitários em oposição política. Mesmo podendo amplificar as discussões políticas e permitir vasto acesso à informação, esses meios comunicacionais são cada vez mais moderados de modo a trazer implicações agudas aos processos sociopolíticos contemporâneos.

O ataque ao Capitólio dos Estados Unidos em 2021 por uma multidão guiada com discursos fervorosos nas redes sociais do Donald Trump, convocando seus apoiadores no *Twitter*, a participarem de “comícios políticos” contra o resultado eleitoral, figurou-se como um caso simbólico dos riscos que as redes sociais podem causar às democracias. Segundo Munn (2021), o evento adveio das redes sociais condicionando uma potencialização da ação política dos grupos da extrema direita a partir de discursos/postagens compartilhados antes do ocorrido, expressando senso de propósito compartilhado entre eles de que a violência era a única solução para representar suas insatisfações.

Ou seja, pode-se encarar que houve um desdobramento da articulação entre a mídia e as práticas sociais com implicações sociopolíticas vertiginosas que resultaram no ataque ao Capitólio dos Estados Unidos, um patrimônio público de alta representatividade do regime democrático do país.

---

<sup>2</sup> Abreviação dada ao Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos no idioma inglês

Portanto, as redes sociais potencializando sua força nos processos sociopolíticos com os atores políticos usando-as para comunicarem-se diretamente com seus apoiadores (Muhammad; Nirwandy, 2021). Onde, segundo Miguel (2002), essas mídias detêm significativo papel na estruturação das representações da realidade que torna os líderes políticos responsáveis pela forma como influenciam o comportamento político das pessoas.

Logo, conforme destaca McLuhan (1994), o meio pelo qual a mensagem é propagada pode tanto moldar como controlar a forma e a densidade de sua ação, concebendo, de tal modo, a concepção de que a mídia é um aparato de ponto de inflexão contundentes das ações humanas, cuja curvatura pode trazer problemáticas ou soluções significativas aos processos sociopolíticos.

## **CONCLUSÃO**

À vista do desenvolvimento dos tópicos desta pesquisa, pode-se considerar que a mídia foi usada como um mecanismo de manipulação da opinião pública por Adolf Hitler na constituição da Alemanha nazista, acarretando o apoio de toda a população alemã à política externa expansionista e à uma política interna genocida. Porém, embora tenha sido a propaganda que angariou o apoio da opinião pública e concedeu poder para Hitler levar o país a Segunda Guerra Mundial e ao Holocausto, os fatores sociais, políticos e econômicos potencializaram a eficiência de sua estratégia.

A partir disso, semeando promessas vazias, mas que foram frutíferas para conquistar e mobilizar a massa populacional alemã a desempenharem ações irracionais como foi o genocídio causado no Holocausto, ou seja, a banalidade do mal lido em Arendt (1999), Hitler pôde apropriar-se da mídia e de meios culturais como o cinema para fomentar imaginários políticos na sociedade baseados em atos que banalizam os preceitos éticos de responsabilidade e domínio de suas atitudes com outrem.

Além de no âmbito interno, a mídia também foi usada como instrumento no cenário internacional para enganar o sistema internacional, posto que através de seus discursos manipulativos, Hitler pôde disseminar a ideia de que era adepto a paz para tranquilizar os



países europeus enquanto ele fortalecia e preparava a Alemanha para um conflito armado e dizimava milhares de judeus.

Deste modo pode-se concluir que, diante de um contexto instável, houve um astuto oportunismo de Hitler sobre a mídia e sua possibilidade de gerar impacto em cadeia para impor políticas internas e externas tenebrosas, uma vez que McLuhan (1994) enfatiza que a mídia é uma extensão do ser humano e suas relações, portanto, o meio pelo qual a mensagem é propagada pode moldar e controlar tanto a forma como a densidade de sua ação. Observa-se aqui o papel fundamental que a mídia teve nas Relações Internacionais, como influenciadora da opinião pública no âmbito doméstico e mecanismo de desfoque internacional dos acontecimentos sociais do âmbito doméstico do país.

Entretanto, nota-se que os avanços tecnológicos dos próprios meios de comunicação progrediram em obstaculizar a propagação de distorções de realidades internas dos países, por departamento estatais da comunicação e empresas estatais de comunicação no sistema internacional, já que com, em certa medida, autonomia, alguns jornais desempenham papéis críveis de fomentar outras visões dos acontecimentos domésticos dos países. Entretanto, outros desafios ainda persistem no âmbito comunicacional a partir do avanço da mídia com a internet e as redes sociais e as práticas comunicativas feitas nestes novos ambientes midiáticos, promovendo desdobramentos arriscados a harmonia das organizações sociais pautadas em valores democráticos de respeito mútuo aos grupos sociopolíticos divergentes e as instituições de regulação dos limites do poder estatal.

## REFERÊNCIAS

AGUIRRE, M.; FERRÁNDIZ, F. 2002. *The emotion and the truth: Studies in mass communication and conflict*. Bilbao: Universidad de Deusto.

ARENDT, H. 1999. *Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal*. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras.

ARENDT, H. 2012. *Origens do Totalitarismo: Antissemitismo, imperialismo, totalitarismo*. Edição de Bolso. São Paulo: Companhia de Bolso.

CASTELLS, M. 2018. *Ruptura: a crise da democracia liberal*. São Paulo: Schwarcz-Companhia das Letras.

DAHL, R. 2004. Los Sistemas Políticos Democráticos en los Países Avanzados: éxitos y desafíos. In. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (orgs). Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2004, pp. 24-36.

DAHL, R. 2012. A democracia e seus críticos. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes.

DEWEY, J. 1954. The public and its problems. Ohio: Swallow Press Books.

FONTES, P. et al. 2017. “A interdisciplinaridade nos estudos das Relações Internacionais: a contribuição da Comunicação Social aos estudos sobre mídia e política externa”. Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD, v. 6, n. 12, pp. 443-468.

HEINZE, H. J. 2002. “The Prohibition of Propaganda Advocating War, Racism, and Hatred under International Law: Inter-State Obligations with Far Reaching Consequences”. In: AGUIRRE, Mariano, FERRÀNDIZ, Francisco (Orgs). The emotion and the truth. Studies in Mass Communication and Conflict, 2002, pp. 51-64.

HENRIQUES, A. B. L.; LEITE, A. C. C.; TEXEIRA JÚNIOR, A. W. M. 2015. “Reavivando o método qualitativo: as contribuições do Estudo de Caso e do Process Tracing para o estudo das Relações Internacionais”. Revista Debates, v. 9, n. 1, pp. 09-23.

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. 2018. Como as democracias morrem. Rio de Janeiro: Ed. Zahar.

LIND, W. S. et al. 2001. “The changing face of war: Into the fourth generation”. Marine corps gazette, v. 85, n. 11, pp. 65-68

MARINNUCCI, R. 2008. “Relações internacionais e mídia”. Univ. Rel. Int, Brasília, v. 6, n. 1, pp. 43-52.

MARRIOTT, E. 2015. A história do mundo pra quem tem pressa. Tradução de Paulo Afonso. 1. ed Rio de Janeiro: Valentina. E-book (não paginado).

MARTINO, L. M. S. 2019. “Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização”. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, pp. 16-34.

MATUSITZ, J. 2005. “Cyberterrorism: How Can American Foreign Policy Be Strengthened in the Information Age?”. Cyberterrorism American Foreign Policy Interests American Foreign Policy Interests, v. 27, n. 2, pp 137–147.

MCLUHAN, M. 1994. Understanding media: The extensions of man. Massachusetts: MIT press.

MIGUEL, L. F. 2000. “Um ponto cego nas teorias da democracia: os meios de comunicação”. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais (BIB), n. 49, pp. 51-77.

MUHAMMAD, M. R. A.; NIRWANDY, N. 2021. “A Study on Donald Trump Twitter Remark: A Case Study on the Attack of Capitol Hill”. *Journal of Media and Information Warfare* Vol, v. 14, n. 2, pp. 75-104.

MUNN, L. 2021. More than a mob: Parler as preparatory media for the US Capitol storming. *First Monday*, v.26, n.3. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/11574>. Acesso em: 5 maio. 2023.

NOGUEIRA, S. G.; MELO, F.; GALDINO, A. C. 2020. “A imagem ambiental do Brasil no governo Bolsonaro: análise de uma percepção latino-americana”. *Sul Global*, vol. 1, n.2, pp. 31-63.

ONUF, N. 2001. *The Strange Career of Constructivism in International Relations*. In: Centre of International Studies, University of Southern California, Seminar:(Re) Constructing Constructivist IR Research.

PEREIRA, W. P. 2004. Cinema e propaganda política no totalitarismo e na democracia: tempos de Hitler e Roosevelt (1933-1945). *Anais do XVII Encontro Regional de História—O lugar da História*. ANPUH/SPUNICAMP. Campinas, v. 6.

PINI, A. M. 2021. Desinformação e populismo radical de direita: o caso da eleição de Donald Trump em 2016.

PORTO, M. P. 2003. “Mídia e deliberação política: o modelo do cidadão interpretante”. *Política & Sociedade*, v. 2, n. 2, pp. 67-108

SCHILLING, V. 2019. *Ascensão e Queda de Adolf Hitler*. Porto Alegre: Editora AGE.

SHIRER, W. L. 2008. *Ascensão e Queda do Terceiro Reich*. Rio de Janeiro: Agir Editora.

SILVA, D. R. 2016. “John Dewey, Walter Lippman e Robert E. Park: diálogos sobre públicos, opinião pública e a importância da imprensa”. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 18, n. 1, pp. 57-68.

SODRÉ, M. 2014. *Organização do comum*. In: *A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.

SONDHAUS, L. 2013. *A Primeira Guerra Mundial: história completa*. Tradução de Roberto Cataldo Costa. São Paulo: Contexto.

TCHAKHOTINE, S. 2002. *A Violação das Massas pela Propaganda Política*. Tradução: Miguel Arraes. Edição eletrônica: Ed. Ridendo Castigat Mores. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/violacao.pdf>>. Acesso em: 05 maio 2021.

VALENTE, L.; SANTORO, M. 2007. “A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez”. *Carta Internacional*, v. 2, n. 1, pp. 52-60.