

PROPAGANDA DE

GUERRA



Estudantes de Ciências
Sociais
Rafael R. Rodrigues
Davi Henrique Mira
Gabriel Vitor N. Da Silva





Editorial

Você já deve ter reparado o termo "Terra do Tio Sam" quando se faz referência aos EUA, e pensou em questionar quem seria a figura e qual motivo utilizam essa concepção a se referir aos norte-americanos. Bem, o Tio Sam é uma figura derivada de uma propaganda de guerra utilizada pelas Forças Armadas dos Estados Unidos, a fim de convencer e convocar os jovens a se aliarem ao Exército durante a Primeira Guerra Mundial.

O fato interessante é que esse símbolo ainda é muito presente na história do país, demonstrando o poder que uma propaganda exerce fora até mesmo do seu contexto, sendo uma identidade visual de uma ideologia.

Essa revista visa justamente apontar e descrever como foram utilizadas dessa estética e comunicação para firmar uma ideia a um povo, a forma criada para desenvolver o bem e o mal, o que tem de único em cada propaganda feita por essas nações em seu período histórico e como isso é montado com a era das propagandas.

Dessa forma, queremos propor a você uma visão apurada sobre a propaganda de guerra e sua difusão de ideologia, a qual muitas vezes parece natural a tudo que vivemos, mas guarda uma intenção além.



SU

M

Ma

ri

o

o

CAPA..... 1

EDITORIAL..... 2

O QUE É A PROPAGANDA DE GUERRA..... 4

PROPAGANDA NAS GUERRAS..... 5

PROPAGANDA: OS PÔSTERES NAS GUERRAS..11

REFERÊNCIAS.....16

Créditos

AUTORES:

Rafael Rangel Rodrigues

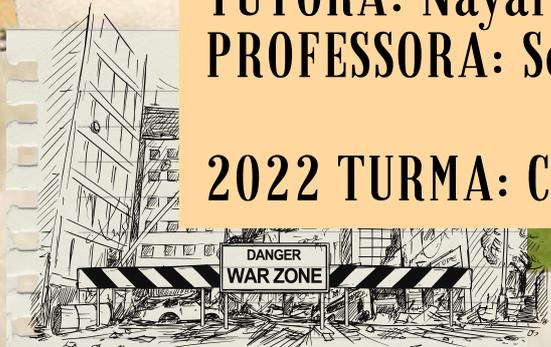
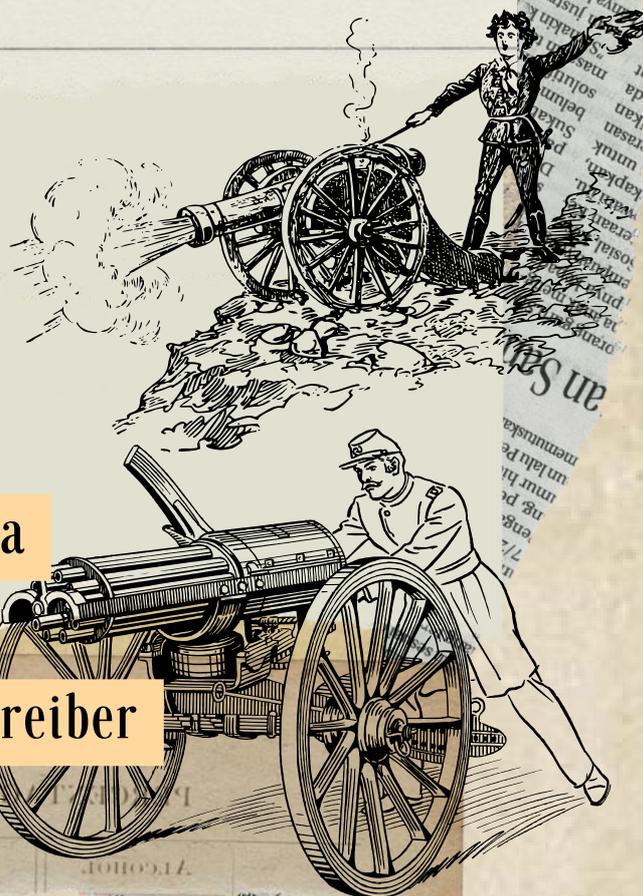
Davi Henrique Mira

Gabriel Vitor Nobrega da Silva

TUTORA: Nayara e Barbara

PROFESSORA: Soeli Maria Schreiber

2022 TURMA: C



A PRINCÍPIO



O QUE É A PROPAGANDA DE GUERRA?



Todos os civis estão inseridos em uma ordem, na qual em todo momento sofre ameaças de outros territórios que buscam enfraquecer o seu poder. Nesse viés, em um período de guerra, como estratégia, é utilizado a propaganda como arma para manter este período de conflitos, já que este meio mantém ideologias, soldados no campo de batalha, indivíduos alienados e a ampliação do sentimento nacionalista.



Nesse sentido, os indivíduos são conduzidos, por intermédio da propaganda de guerra, à exposição das informações tendenciosas do território. Ademais, em um período de guerra, somos restringidos pelas propagandas imparciais, resultante do pensamento de um inimigo em comum, para fomentar o ódio e Guerra entre os territórios em conflito.

Conseqüentemente, a propaganda na guerra é o principal meio motivador ideológico contra um território inimigo, já que o reconhecimento nacional e a demonização inimiga, com essas ideologias, gerou-se o constante conflito armado em toda a história da humanidade que, no período do século XX até à contemporaneidade, se manteve em constante uso.

A PROPAGANDA NA PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL

E se dissermos que a proporção alcançada para Primeira Guerra Mundial foi por influência de uma propaganda? Pois é, a condução para o conflito envolveu uma mistura de euforia, nacionalismo e heroísmo, por meio de narrativas tendenciosas e pôsteres. Antes de entrarmos nesse assunto, é preciso conhecer o contexto dessa grande e prévia guerra que abalou o mundo em 1914 à 1918.

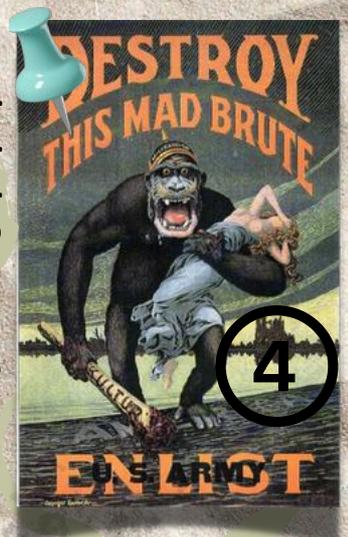
Na Primeira Guerra Mundial, ocorreram especulações da expansão econômica e territorial, sendo elas por países forçados a proporem um acordo entre as nações anteriormente rivais, a Tríplice Entente (Grã-Bretanha, França e Rússia), contrária à sombra do surgimento de novas potências e o surgimento do pacto Tríplice Aliança (Alemanha, o império Austro-húngaro e Itália).

Ilustrado este cenário de movimentos nacionalistas, gerou-se, então, uma grande demanda de soldados, estes que foram incentivados além da renda monetária, pelo vasto espírito nacionalista desempenhado pelas propagandas.

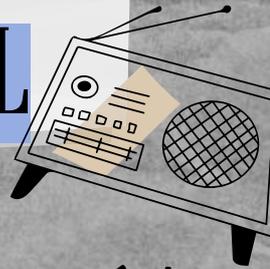
Além disso, outra estratégia propagandista utilizada foi a "Propaganda Negra", que utilizou basicamente a deturpação narrativa para o efeito ser alcançado, ou seja, a história é recriada para atender um objetivo específico, logo é criado um personagem bom que serve para vencer um mal maior que, em boa parte das vezes, é retratado como uma figura bestial. A grande sacada desse uso é ocultar a real natureza desse "mal", ou seja, o que eles realmente são a fim de atender um ponto de interesse.

Essa tática foi replicada por diversos países, como os EUA e o Império Britânico, onde utilizaram da aversão aos povos em conflitos, criando uma versão crua e fria dos seus inimigos. A famosa "Uma vez alemão, sempre alemão" foi utilizada pelos ingleses para comparar os alemães do século XX com os antigos germânicos com a intenção de impor uma ideia bárbara sobre eles.

Ademais, o primeiro grande conflito mundial proporcionou a primeira utilização simbólica da campanha de guerra, na qual utilizou uma grande ferramenta: a irracionalidade. Portanto, foi criada a ideia tendenciosa de transformar indivíduos como ferramenta principal para vencer a barbaridade desses povos.



A PROPAGANDA NA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL



A Segunda Guerra Mundial tem uma característica única proporcionada pelos países em conflito da época: estética. E para ter noção como isso foi utilizada, é preciso conhecer seus personagens.

A Segunda Guerra Mundial foi um conflito de proporções globais que durou entre 1939 e 1945. Classificada como uma guerra total, a Segunda Guerra fez os Aliados e o Eixo se enfrentarem, no qual resultou em mais 60 milhões de mortes. Os personagens de destaque foram a Alemanha Nazista, a União Soviética e os EUA, no sentido de trazer uma nova face para essas propagandas.

O conflito trouxe uma nova visão sobre a propaganda de guerra: o pertencimento. O sentido em que os alemães e os soviéticos conduziam sua forma de transmissão era com uma intenção distinta em colocar em evidência o indivíduo e sua nação, então como exemplo, os soviéticos sempre destacavam a força camponesa e industrial dos seus trabalhadores como central para lutar pelo seu país. Já os alemães utilizavam da condição de raça, ou seja, o pertencimento sobre o que é "ser alemão" condicionava ao fato da raça ariana e ela deveria ser defendida e estendida.

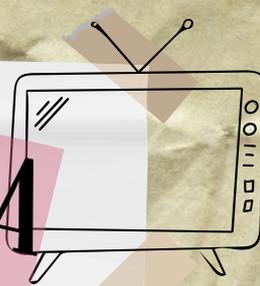


Winston Churchill
Ex-primeiro-ministro
do Reino Unido

Mas não somente isso, a rádio foi uma grande arma durante o conflito, a qual os líderes conduziam seu nacionalismo e a convicção de amor à pátria vivamente, tal como o famoso discurso do polêmico Churchill: "Nós nunca nos renderemos!" (CHURCHILL, 1940, tradução nossa). Logo, com grande apelo emocional, convenceu os britânicos a participarem integralmente da guerra e enfrentarem as ameaças de Hitler, ou seja, a Segunda Guerra proporcionou discursos por intermédio do rádio e as mídias, que formalizaram novas formas de convencer uma sociedade.

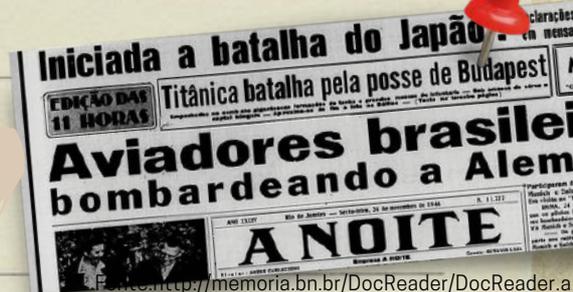


JORNAL, MÍDIA E GUERRA



O jornalismo é conhecido pelos seus três princípios: objetividade, neutralidade e imparcialidade. A necessidade que faz dessas normas é transmitir uma informação real e clara, sendo essa por objetivo dedicar-se a pluralidade de opiniões, veracidade dos fatos, julgamento justo e entre outros. Entretanto, essa ideia pode ser questionada em momentos de conflitos armados, pois há uma suspensão desses princípios, logo que a mídia interrompe essa multiplicidade aderindo ao sentimento nacional.

O que torna problema no funcionamento da mídia não ocorre pela cobertura dessas guerras, mas pelo caráter a qual o jornalista está induzido, ou seja, quando ele toma partido em relação ao fato a ser mencionado.



É importante entender como a mídia é utilizada como meio parcial em interesse político, e também, quando a imprensa no geral foi utilizada ao longo da história a fim de alcançar um objetivo político, além de demonstrar que outros meios de reprodutibilidade têm fins semelhantes antes da chegada da mídia televisionada.

Com a difusão do rádio e os jornais a partir da década de 20, este se tornou um meio de divulgação informacional dirigido, logo que seu acesso era particular a cada casa, mas propagada simultaneamente a milhões de pessoas.

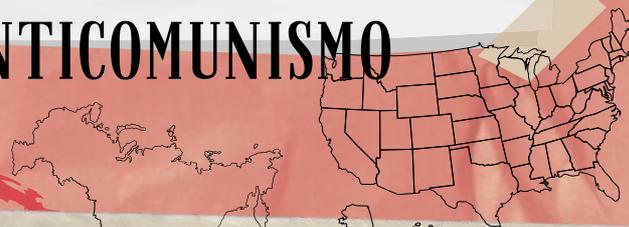
Por conseguinte, faz-se notório a importância da rádio durante a Segunda Guerra Mundial em que, por meio dela, os locutores se tornaram "as vozes da guerra" descrevendo todo o cenário de conflito e seu andamento. Utilizando dessa função participativa da rádio, os países em conflitos utilizaram dessa rede a fim de se comunicarem sobre avanços de tropas inimigas, invasões a territórios e montagem estratégica dos combates.

Adicionalmente, as grandes companhias utilizaram dessa linguagem com um teor emotivo em suas narrações para propagar notícias negativas em relação ao eixo (Alemanha, Itália e Japão) e vice-versa, ou seja, a mídia até à contemporânea (por imagens, vídeos, programas de rádio, etc.) são tendenciosas e criam os vilões e heróis de uma guerra.

GUERRA FRIA



ANTICAPITALISMO X ANTICOMUNISMO



A Guerra Fria (1945-1989) foi um período de conflitos indiretos, ou seja, não houve conflitos armados entre as duas potências da época: URSS e EUA. O que baseou esse período foi um interesse mútuo dessas potências de aumentar suas áreas de influência em outros países, tanto em favor econômico como ideológico. Nesse sentido, a forma que foi divulgado essa guerra de influências foi o que caracterizou esse momento.

Com a chegada da televisão, os personagens do embate se tornaram aparentes, os eventos mais significativos do início ao fim do conflito foram visualizados e marcados na história como nenhum meio conseguiu reproduzir, tal qual demarcada à população civil norte-americana durante a guerra do Vietnã, na década de 60. O marco do fim da guerra com a Queda do Muro de Berlim foi televisionado, simultaneamente, em todo mundo. No Brasil, tornou-se emblemática a transmissão feita pelo jornalista Pedro Bial.

O embate entre as propagandas soviéticas e norte-americanas se transformava em grandes narrativas, cada qual levando seu interesse ideológico, os quais representados além dos pôsteres, no cinema que se tornou o meio mais eficaz para conseguir passar essas mensagens, por exemplo, Hollywood sempre personificava os russos como figuras perigosas e com intenções perversas. Enquanto os soviéticos faziam de propagandas as desigualdades sociais dos anos 70 geradas pelo capitalismo.

A presença da ideologia era marcante nas transmissões com os movimentos contracultura cujo objetivo era justamente contra o andamento da guerra, tal como o movimento punk e hippie, que serviram como uma propaganda inversa da guerra fria.

Dessa forma, a Guerra Fria deixou uma pegada na história por trazer uma forma diferente da comunicação global, tudo era rápido e visual e isso não foi diferente para às propagandas de guerra. As reações a essas informações eram muito diretas e geraram a ideologia como arma desse período conflituoso.

"Este é o amanhã:
"América" Uma crítica ao
comunismo e URSS



5

GUERRAS CONTEMPORÂNEAS

A PROPAGANDA DO TERRORISMO



E atualmente? Qual o novo cenário em que o mundo se move? Bem, muitas coisas se tornaram novas desde todos os conflitos lidos até aqui, mas o cenário que temos hoje é consequência das antigas cenas que discutimos. O alvo se tornou um conceito: o terrorismo.

É necessário entender que o termo "terrorismo" carrega um tom intolerante na sua imposição, ou seja, em consequência dos ataques às Torres Gêmeas, o serviço de informação americano desde o fim da Guerra Fria, passou a compreender as etnias do Oriente Médio como terroristas. A deturpação da informação, como já discutido antes, foi a tática para definir o novo inimigo.

O Estado Norte Americano caracterizou os árabes como "perigo nacional" e separou sua participação dentro da sociedade ocidental, desrespeitou a crença islâmica no país e outros diversos fatores de convívio para esses povos. Mas essas imposições, possa aparecer nos pensamentos do leitor, não foram aceitas pela população? A questão é que foi, pois a estratégia utilizada foi da irracionalidade dos ataques para definir um inimigo, a concepção de um mal que foi visto e sentido fazia o inimigo ser encarnado sem ser pensado.

Então, as atuais "Guerras ao Terror", que foram contra-ataques ao Oriente Médio e sua cultura, tomaram como propaganda de guerra a concepção de "um povo terrorista e perigoso", objetivo esse que seria retirar um mal maior da história. A narrativa difamou diversas culturas orientais, e traçou uma nova história para esses povos.

Portanto, outros conflitos assim como ocorre entre a Ucrânia e Rússia (2022), estão sendo movimentados e suas histórias estão recebendo ataques de difamação e mídia tendenciosa. Veremos qual futuro surgirá e qual o próximo mecanismo que definirá a contemporaneidade.



ARTE DA GUERRA

Todos os elementos colocados dentro das artes retratam sentimentos e subjetividades a serem interpretadas pelo leitor, mas a arte em contexto de guerra, desde as cores e estilo da ilustração, caem como meio estratégico para chocar o leitor.

Além disso, por haver a intenção de ser chamativo, mantém palavras e frases de efeito em tamanho suficiente para serem lidas a distância ou despreziosamente, as quais ficam armazenadas na memória de modo inconsciente, sendo pela linguagem comunicativa desde os pôsteres, charges e filmes.

O pôster e a charge nada mais são que ilustrações políticas que, por intermédio do discurso humorístico ou chocante, apresentam o viés ideológico do artista e a persuasão ao leitor. Paralelamente, quando é falado sobre as artes na guerra, ela tem justamente esse último objetivo, convencer uma sociedade e direcionar indivíduos, seja incentivando o alistamento, exaltando o nacionalismo e a criação de uma narrativa de um inimigo que se deve combater.

Diante disso, a arte para interesses políticos foi ilustrada no contexto da Primeira Guerra, na qual os países costumavam representar seus inimigos como "grandes bestas", e como exemplo, podemos citar a propaganda americana: o pôster "Destroy This Mad Brute" que, basicamente, descrevia seus opositores como "macacos loucos". A partir do exposto, a arte na guerra toma partido além de críticas, o choque e piada para o fácil entendimento a todos os públicos.



FiLMeS

Adicionalmente, a partir da década de 70, com a persistência da propaganda na Guerra Fria, a arte cinematográfica foi utilizada para incentivar principalmente os jovens a serem favoráveis e se alistarem ao exército através da romantização e banalização da guerra.

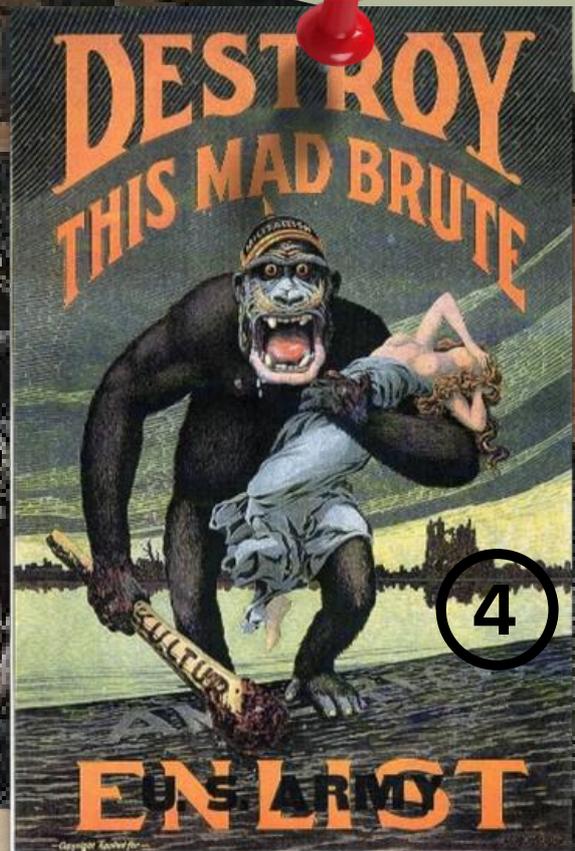


CARTAZ DO
FILME
ROBOCOP



CARTAZ DO
FILME Top Gun -
Ases Indomáveis

PROPAGANDA NA PRIMEIRA GUERRA



Pôster de 1917 na Primeira Guerra Mundial divulgado pelos EUA, para representar o inimigo por meio de uma visão bruta como se fossem loucos para assim, poder desacreditar qualquer argumento que fosse possível ser defendido.

Portanto, os cartazes retratam o alemão como um macaco louco, já que em sua vestimenta utiliza um casaco militar alemão, ilustrando o modo que eles governam, em sua mão direita utiliza uma clava escrita cultura, mostrando que eles vão através da força impor sua cultura a outros povos, e também na mão esquerda reescreve assim: há a imagem de uma virgem seminua que representa a liberdade e macaco a esta aprisionando.

PROPAGANDA NA PRIMEIRA GUERRA



O nome do Tio Sam foi usado pela primeira vez em 1812, na guerra Anglo-Americana e teve sua primeira ilustração em 1870 por Thomas Nast com base no rosto de Abraham Lincoln.

O Tio Sam é um dos símbolos nacionais mais famosos do mundo, representando a personificação nacional dos Estados Unidos da América. Ademais, pode-se notar na arte em que se apresenta, um senhor de cabelos brancos, com longa barba e um rosto visivelmente rígido. Este é representado com uma vestimenta com cores da bandeira norte-americana, uma cartola branca com estrelas brancas em um fundo azul, e também suas calças listradas de cor branco e vermelho.

PROPAGANDA NA SEGUNDA GUERRA

SOMEONE



6

TALKED!

Este foi um pôster que retrata um soldado americano afogando em um obscuro oceano, onde este aponta seu dedo para o interlocutor dizendo que isso é culpa dele por falar demais.

Produzido nos EUA em 1942, visando manter o segredo das formações e estratégias estadunidenses. Portanto, é ilustrado o perigo do vazamento das informações para o território inimigo em contexto de Guerra.

PROPAGANDA NA GUERRA FRIA



Feito pela URSS (União das Repúblicas Socialista Soviéticas) em 1953, que em suma, descreve uma bomba montada que simboliza a paz enviada pelos EUA, querendo dizer que os americanos falam de trazer a paz para os países. Entretanto, querem destruí-los, para manter, deste modo, sua superioridade e império.

PÔSTERES NA GUERRA

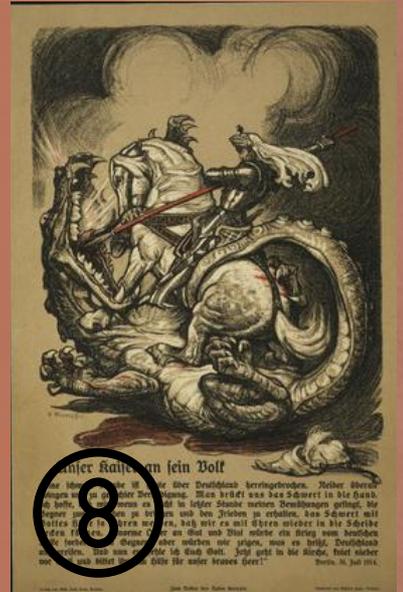


2

Produção da Primeira Guerra Mundial no Reino Unido, com a meta de atrair mais voluntários, foi produzido a ilustração a partir desse contexto, encorajar os civis a se alistarem, já que naquele período não era obrigatório o alistamento.

Por conseguinte, para os considerados covardes da guerra, foi ilustrado esse pôster, o qual levantou a questão emocional da defesa do Estado e família.

Produzido na Primeira Guerra Mundial pela Alemanha, ilustra São Jorge, um cavaleiro, lutando contra um dragão. O dragão nessa ocasião representa o mal que veio destruir a Tríplice Aliança (Império Alemão, Austro-Húngaro e o Reino da Itália), já o cavaleiro sendo o salvador da pátria.



8

Esse cartaz é feito para aumentar o fervor nacionalista dentro da população, onde devem combater em nome do país e de seu rei. Sendo assim, alcançando a vitória



1

Feito em 1942 pelos EUA, esse pôster mostra como o Estado, representado pelo braço do tio Sam, tampa a boca do cidadão comum dizendo que isso pode custar vidas.

Demonstrando, desse modo, como o Estado intervém arbitrariamente nos discursos da sociedade, regularizando assim o que pode ser dito em contexto de guerra.

Cartaz alemão produzido em 1952, em que demonstra todos os países que formam a OTAN, o qual a Alemanha faz parte, a necessidade de fazer um muro para parar o avanço da inundação vermelha que vem da União Soviética que supostamente destruirá todo o campo limpo europeu e sua prosperidade.



9

Relatando assim, a importância da criação da ONU, unindo as forças capitalistas no Ocidente que assim poderão combater o socialismo.

REFERÊNCIAS

Domingues, Joelza. A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época. *Ensinar História*, 29 out 2018.

Disponível no link:

<https://ensinarhistoria.com.br/propaganda-ideologica-da-guerra-fria/>

HOBBSAWM, Eric. A era dos extremos, o breve século XX, 1941-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

LEÃO, Rogério. A propaganda de guerra como ferramenta de controle e exclusão do discurso. UFRN, 2014. Disponível em link: <http://www.gelne.com.br/arquivos/anais/gelne-2014/anexos/890.pdf>.

LOPES, Carlos. A. PROJECTO 100. São Paulo, 2013.

Disponível em link:

http://www.momentosdehistoria.com/MH_06_01_Patriotismo.html

DA PENHA MEDEIROS, Alexanderson et al. A Segunda Guerra Mundial em charges-A trajetória da Alemanha. *Leitura, Escrita e Letramento no ensino de História.*, p. 93, 2019.

Discurso de Winston Churchill, "[...] We shall never surrender": Winston Churchill Quotes. BrainyQuote.com, BrainyMedia Inc, 2022.

https://www.brainyquote.com/quotes/winston_churchill_161337, accessed October 3, 2022.

Cartaz 1: TIO SAM. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Tio_Sam&oldid=64312787>. Acesso em: 30 ago. 2022.

Cartaz 2: QUIET LOOSE TALK CAN COST LIVES - NARA - 515268.jpg. Wikimedia Commons,. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:QUIET%5E_LOOSE_TALK_CAN_COST_LIVES_-_NARA_-_515268.jpg&oldid=623766118. Acesso em: 22 set. 2022

Cartaz 3: Daddy, what did you do in the Great War?. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Daddy,_what_did_you_do_in_the_Great_War%3F&oldid=1045287740. Acesso em: 22 set. 2022

Cartaz 4: DestroyThisMadBrute. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em:

<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:%27DestroyThisMadBrute%27-US-poster.jpg&oldid=649949998>. Acesso em: 22 set. 2022

Cartaz 5: :ls this tomorrow. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Wikimedia Commons, Disponível em: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:ls_this_tomorrow.jpg&oldid=689482118. Acesso em: 22 set. 2022

Cartaz 6: SOMEONE TALKED - NARA - 513672.jpg. Wikimedia Commons, Disponível em: https://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=File:SOMEONE_TALKED_-_NARA_-_513672.jpg&oldid=678778554

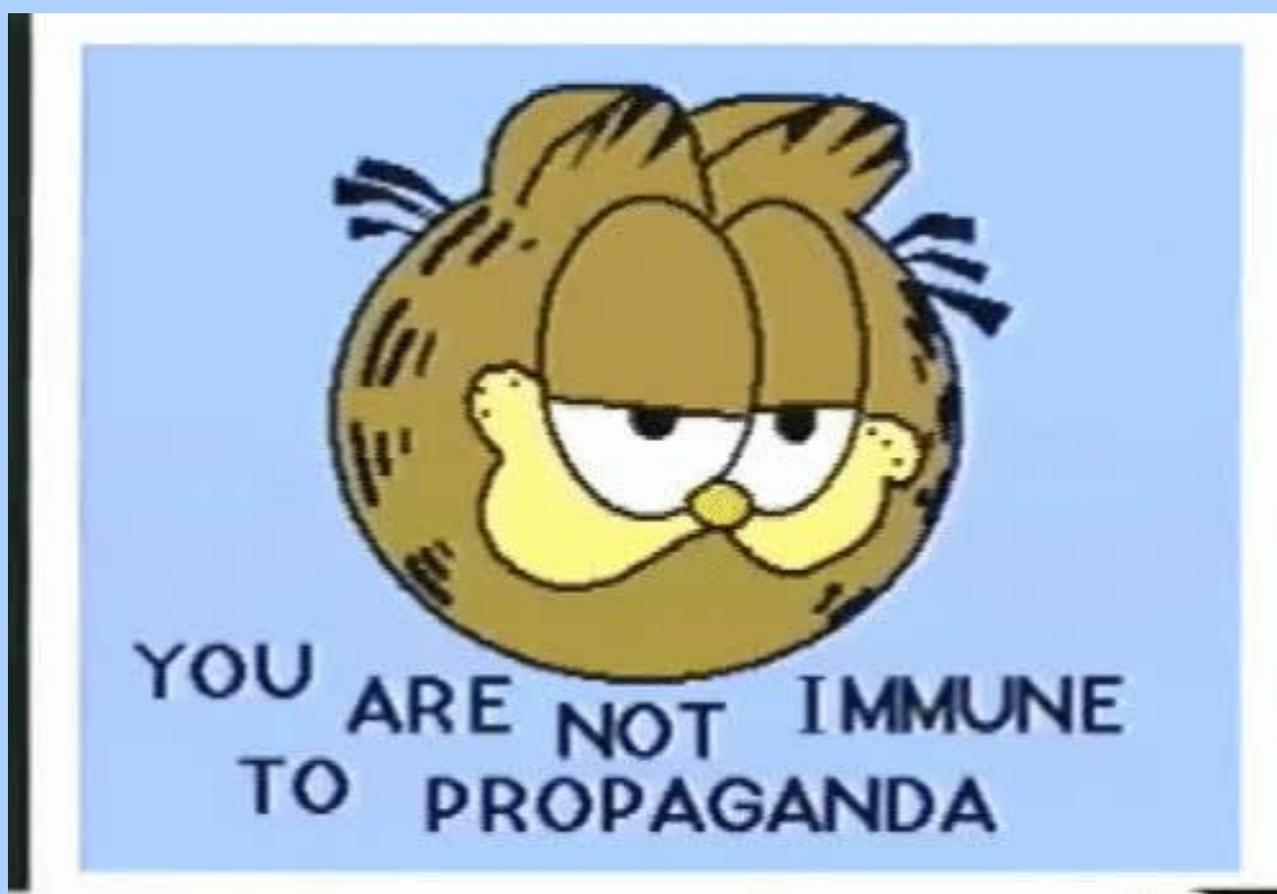
Cartaz 7: Domingues, Joelza. A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época. *Ensinar História*, 29 out 2018. Disponível no link: <https://ensinarhistoria.com.br/propaganda-ideologica-da-guerra-fria/>

Cartaz 8: BOVO, André Luiz. Os pôsteres alemães da primeira guerra mundial: uma análise do discurso nacionalista e o uso da mentalidade do período. *Temporalidades*, v. 10, n. 3, p. 19-44, 2018.

Cartaz 9: Domingues, Joelza. A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época. *Ensinar História*, 29 out 2018. Disponível no link: <https://ensinarhistoria.com.br/propaganda-ideologica-da-guerra-fria/>

Cartaz Filme 1: ROBOCOP. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2021. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=RoboCop&oldid=62560427>>. Acesso em: 8 dez. 2021.

Cartaz Filme 2: TOP GUN - ASES INDOMÁVEIS. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Top_Gun_-_Ases_Indom%C3%A1veis&oldid=63792592>. Acesso em: 14 jun. 2022.



**""VOCÊ NÃO É IMUNE À PROPAGANDA'
VOCÊS NÃO ESTÃO IMUNES À PROPAGANDA, MAS NEM
NÓS, SÓ INDICAMOS QUE DEVEMOS CONTINUAR
VIGILANTES SOBRE O QUE CONSUMIMOS E NÃO
PARARMOS DE SERMOS CRÍTICOS, E ISSO DEVE SER
REAFIRMADO EM UM PERÍODO DE GUERRA E
CONFLITOS." - UM MEME DA INTERNET, 2018.**