

Nacional-socialismo em almanaques de língua alemã no Brasil(1933-1939) ¹

Imgart Grützmann ² – PUCRS

Os almanaques em língua alemã constituíram-se, a partir da segunda metade do século XIX, em uma das principais produções culturais impressas destinadas aos imigrantes e seus descendentes no Brasil. No âmbito da imprensa escrita, a designação almanaque(Kalender) refere-se a um meio de comunicação de massa, editado anualmente, que se utiliza da linguagem verbal e não-verbal, destinado à informação, ao entretenimento e à formação. Este tipo de impresso apresenta como características estruturais básicas o calendário, a prática e as opções de leitura em sentido restrito. A página do calendário constitui o cerne e a parte constante do almanaque desde o seu surgimento no século XV, na Alemanha, na qual são apresentados um conjunto de informações sobre a cronologia e o ano em curso, incluindo o calendário anual dividido em meses. A prática, como sugere seu nome, reúne informações e dicas úteis para a administração do cotidiano dos leitores, entre eles tabelas de juros, tarifas postais e telegráficas, orientações jurídicas, conselhos medicinais, dicas de culinária e orientações para as atividades agrícolas. As opções de leitura em sentido restrito, em geral destinadas ao entretenimento e à formação, cujas temáticas variam conforme a linha editorial e a época de circulação do almanaque, compreendem entre outras anedotas, aforismos, poemas, contos, chistes, matérias de cunho histórico, cultural e religioso e relatos de viagem. A difusão de textos de natureza diversa e a mistura de assuntos variados acompanham o almanaque desde o seu surgimento, características essas que lhe conferem um caráter compósito e “enciclopédico”.

Este tipo de periódico também foi, na década de 1930, um veículo de difusão dos pressupostos e das imagens do nacional-socialismo entre os leitores de fala alemã no Brasil. A presente comunicação, de caráter descritivo, visa apresentar os almanaques em língua alemã publicados, nesta década, em Santa Catarina e em São Paulo que possuem como uma de suas diretrizes a divulgação deste ideário. A breve análise desses periódicos centra-se nas suas condições de produção e nos tipos de textos utilizados para a difusão do

nacional-socialismo. O estudo aprofundado desses almanaques e das representações contidas nas matérias permeadas pelo ideário nazista são objeto de uma pesquisa maior que está em andamento.

Em Santa Catarina, o ideário nacional-socialista foi difundido pelo **Blumenauer Volkskalender**, publicado em Blumenau, para os anos de 1933 a 1938. Sua organização e impressão estava a cargo de Nietzsche & Hömke, proprietários da Empresa Gráfica, estabelecida na mesma cidade, na rua Piauí, nr.17 que, na década de 1930, compreendia uma litografia, uma impressora off-set e de livros, uma oficina de trabalhos em cartonagem e uma fábrica de carimbos de borracha. Seu mercado consumidor englobava Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e Ceará.³ A Empresa ainda possuía uma repartição destinada à comercialização de artigos de escritório, instrumentos musicais e artigos para presentes.

O litógrafo Fritz Nietzsche, um dos sócios da Empresa Graphica, que nasceu, em 1889, em Böhmen(Boêmia), na República Tcheca, tornou-se membro do Partido Nazista em agosto de 1930. De 1932 a 1934, Nietzsche foi dirigente do grupo local do Partido em Blumenau, atuando também até 1934 como seu dirigente estadual.⁴ Além do almanaque, a Empresa Graphica ainda editava, em comissão, o **Mitteilungs-Blatt der NSDAP-Ortsgruppe Blumenau**, periódico mensal organizado pelo grupo local do Partido Nazista em Blumenau que circulou de 1933 a 1934.⁵ O **Blumenauer Volkskalender** era distribuído, em Blumenau, pela Livraria Starke & Cia, mais tarde Siewert & Cia., estabelecida na rua 15 de Novembro, nr.43, que também comercializava outros periódicos nazistas, entre eles **Völkischer Beobachter, Illustrierter Beobachter e Landpost**. O almanaque possuía como representante comercial Hermann Gönemann, também membro do Partido, que viajava por diversos Estados com o objetivo de angariar anúncios publicitários e divulgar o periódico.⁶

O vínculo do **Blumenauer Volkskalender** ao nacional-socialismo verifica-se na denominação que adota para seus leitores: **Volksgenossen**(compatriotas), termo esse revitalizado por esse ideário.⁸ Este almanaque difundia e defendia nos seus editoriais as idéias de comunidade étnica(Volksgemeinschaft) como o “fundamento de uma verdadeira paz política, econômica e social”⁹, de pureza racial, de renascimento da Alemanha com a

ascensão de Adolf Hitler ao poder, de exemplaridade do nacional-socialismo e da nação alemã. Ainda nessa linha, o almanaque lutava contra o comunismo, considerado o “inimigo mundial”.¹⁰ No editorial de 1938, o anticomunismo também foi um dos pontos ressaltados pelos editores em relação à decretação do Estado Novo, em 10 de novembro de 1937, pois, na sua opinião, Vargas dera um “infinito, imenso e decisivo passo”¹¹ para a paz no País e para a destruição dos bolchevistas.

Na estrutura do almanaque, o principal ponto de discussão dos conceitos do nacional-socialismo ocorria na rubrica destinada ao noticiário, introduzida no volume destinado ao ano de 1934 e publicada até 1938, que teve vários títulos, entre eles **Rückschau und Ausschau**. Tratava-se de um panorama das notícias nacionais e internacionais elaborado pelos editores do periódico, no qual a Alemanha possuía um lugar de destaque. Nessa seção ocorria a apologia ao “renascimento” da Alemanha e aos feitos de Adolf Hitler, o apoio às medidas de neutralização do Tratado de Versalhes, a veiculação de representações anti-semitas e anticomunistas e o apelo à formação da comunidade étnica(Volksgemeinschaft), conceito central do nacional-socialismo.

Um segundo conjunto de textos, em sua maioria de autores alemães, abordava outros aspectos do nacional-socialismo, entre eles o conceito de trabalho, a importância do colono na regeneração do povo, a busca das origens e o mártir do movimento – Leo Schlageter. O **Blumenauer Volkskalender** ainda destacou-se pela publicação direta de artigos, crônicas e contos extraídos de periódicos nacional-socialistas: **Völkischer Beobachter, Illustrierter Beobachter e Landpost. Nationalsozialistisches Zentralorgan der deutschen Bauern**. A ligação do almanaque com a Alemanha e o nacional-socialismo também se verificava na página do calendário onde, ao lado das datas comemorativas brasileiras, havia a enumeração de datas referentes à história alemã e o calendário nazista de festividades, entre elas 30 de janeiro, dia da ascensão de Adolf Hitler ao poder, 20 de abril aniversário de Hitler e primeiro de maio, dia do trabalho alemão.

Outra modalidade de difusão do nacional-socialismo ocorria por meio da publicidade de livrarias que comercializavam ou editavam publicações nazistas, como a Starke & Cia. e

da Editora **Deutsche Morgen**, de São Paulo, que publicava o jornal **Deutsche Morgen**, órgão oficial do Partido no Brasil, o almanaque **Volk und Heimat** e **DJN – Radio**, a revista de rádio mensal com a programação da emissora alemã de ondas curtas. Outra forma de difusão consistia na publicação de anúncios dos locais de propriedade de membros do Partido(Parteigenossen) ou por eles freqüentados, entre os quais estavam o **Hotel zum Hirschen**, de Emil Russig, localizado na rua Victoria, nr. 46, na cidade de São Paulo; Tinturaria, Lavanderia e Casa de Gêneros Alimentícios de Carl Meinecke, situada em Blumenau, na rua 15 de Novembro, nr. 4.

A publicidade presente no **Blumenauer Volkskalender** também permitiu verificar o raio de abrangência do almanaque que se estendia para além de Blumenau e seus arredores. Ele circulava no Paraná, em Curitiba, Rio Negro, Castro, Ponta Grossa; em Santa Catarina, em Indaial, Timbó, Dalbergia, Rio do Sul, Trombudo, Gaspar, Brusque, Itajaí, Camboriú, Florianópolis, São Francisco do Sul, Joinville, Jaraguá do Sul, Hansa-Humboldt(hoje Corupá), São Bento, Oxford, Pomerode; no Rio Grande do Sul, em Rio Grande, Pelotas, Porto Alegre, São Leopoldo, Hamburgo Velho, Santa Cruz do Sul, Cachoeira do Sul, Santa Maria, Ijuí e Santo Ângelo. Além dessas localidades, o almanaque ainda possuía anunciantes de São Paulo, do Rio de Janeiro, da Bahia e da Alemanha, especialmente em Ludwigshafen, München, Esslingen e Aschaffenburg.

Em Santa Catarina, a difusão do nacional-socialismo ainda ocorreu por meio **Landwirtschaftliche Kalender für Land und Gartenbesitzer in Brasilien** que, em sua segunda fase, foi publicado para os anos de 1930-1934 e 1938, em Brusque. A organização e impressão deste almanaque agrícola esteve a cargo de Erich Straetz, proprietário da Tipografia Mercúrio que, além do almanaque, imprimia livros de temática agrícola, o jornal **Rundschau. Organ zur Förderung gemeinnütziger Interessen**, que circulou de 1922 a 1937, e diversos artigos tipográficos. Straetz ainda era proprietário da Livraria Straetz na qual comercializava livros destinados à agricultura, ao entretenimento, periódicos de diversas tendências, do Brasil e do exterior, e sementes de hortaliças.

A difusão dos pressupostos do nacional-socialismo no **Landwirtschaftlicher Kalender** ocorreu no volume destinado ao ano de 1938 mediante a introdução da rubrica **Aus der alten Stammesheimat**. Nela, “o colono brasileiro-alemão deverá ser informado sobre o que foi criado na nova Alemanha pelo trabalho de reconstrução do **Führer** e sobre o que a unidade de um povo, destinado por outros à decadência, é capaz de realizar.”¹² O editor partia do pressuposto de que os “pioneiros da cultura”, isolados no interior e nas matas, em luta pela conquista do seu novo lar, deveriam “reconhecer, nessa rubrica, que podiam se orgulhar do fato de serem compatriotas(Volksgenossen) e descendentes de um povo que, por si mesmo, conquistou o lugar que lhe era devido na família dos povos.”¹³

Como este almanaque era uma publicação destinada preferencialmente aos agricultores, a ênfase da propaganda nacional-socialista recaía em elementos que pudessem cativar esse segmento de leitores. A maioria dos poemas e das matérias centravam-se na glorificação e valorização da figura do colono e da vida rural. Pregava-se, com base na ideologia do solo e do sangue, a idéia de que o camponês constituía a fonte de vida e de regeneração do povo alemão e era responsável pela manutenção da sua pureza racial e dos seus costumes, na medida em que estava em contato íntimo com as forças telúricas e vivia alheio às influências estrangeiras.¹⁴ Além desses textos, o almanaque ainda publicava relatos com os quais os leitores, pelas atividades que desempenhavam, pudessem de alguma maneira se identificar, entre eles a situação dos agricultores sob o regime nazista, sobre a festa da colheita em Bückenberg, Alemanha e sobre o Congresso dos Alemães Nacional-Socialistas no Exterior, organizado pela **Auslandsorganisation der NSDAP**, realizado em Stuttgart. Outra modalidade de difusão consistia em aforismos, em sua maioria da autoria de Adolf Hitler, que tematizavam a importância do sangue e a idéia de que as fronteiras de um povo não coincidem com os limites políticos. A publicação de slogans e de frases curtas era uma das estratégias da propaganda nazista.¹⁵

A análise da publicidade do **Landwirtschaftlicher Kalender** evidenciou que este almanaque circulava para além de Brusque. Seus principais anunciantes procediam de

Curitiba e Ponta Grossa, no Paraná, e das seguintes localidades de Santa Catarina: Blumenau, Itajaí, Jaraguá do Sul, Joinville, Mafra e Pomerode.

Na cidade de São Paulo, a difusão do nacional-socialismo ocorreu por meio do **Volk und Heimat. Kalender für das Deutschtum in Brasilien**. Este almanaque foi editado para os anos de 1935 a 1939 a cargo do jornal **Deutscher Morgen** que, a partir de 1934, tornou-se órgão oficial da seção que coordenava as atividades do Partido Nazista em todo o Brasil(**NSDAP- Landesgruppe Brasilien**) dirigida por H. von Cossel. O **Volk und Heimat** foi criado, conforme evidencia seu editorial de lançamento, com o objetivo central de “colaborar na grande missão que o Führer da nova Alemanha colocou para si: reunir os alemães em todo o mundo numa única comunidade espiritual e de sangue”¹⁶ e de dar voz ao novo espírito que se tornou realidade na Alemanha nos dois últimos anos cujo cerne se expressava na fórmula “o bem-estar coletivo está acima do bem-estar individual”.¹⁷

Para a concretização dessa missão os editores do **Volk und Heimat** disponibilizaram aos leitores um conjunto significativo de textos de diversas formas que difundiam os principais conceitos do nacional-socialismo: povo(Volk), pureza racial, terra natal(Heimat), comunidade étnica(Volksgemeinschaft), solo e sangue(Blut und Boden), trabalho, a supremacia do coletivo sobre o individual, bem como representações anti-semitas e anticomunistas.

Uma das modalidades de propaganda nacional-socialista consistia na publicação de discursos de Adolf Hitler, especialmente aqueles proferidos nos Congressos do Partido em Nürnberg, e de outros integrantes do movimento como Alfred Rosenberg. Uma segunda estratégia de divulgação direta do ideário nacional-socialista consistia na publicação de aforismos de Adolf Hitler e de Ernst Wilhelm Bohle, dirigente distrital da **Auslandsorganisation der NSDAP**, com sede em Berlim.

Outra estratégia de propagação do ideário nazista consistia na veiculação de diversos tipos de textos(poemas, artigos e crônicas)da escritora alemã Maria Kahle que na década de 1910 trabalhou em São Paulo. Suas canções e seus poemas, centrados na manutenção da germanidade e dos laços de pertença com a Alemanha, circularam pela maioria dos

almanaques em língua alemã editados no Brasil nessa época e nas décadas de 1920 e 1930. Entre a intelectualidade de orientação étnico-nacionalista no Brasil, Maria Kahle gozava de grande prestígio. Em 1934, ela também foi enviada ao Brasil pelo **Verein für das Deutschtum im Ausland**, associação alemã voltada para o fomento da germanidade no exterior, para apresentar a nova Alemanha aos imigrantes e seus descendentes, iniciativa essa que se concretizou numa viagem de vários meses pelas principais localidades de imigração alemã no País. Em virtude dessa trajetória de Maria Kahle, a publicação de suas produções no **Volk und Heimat** estava assentada num lastro comum entre autora e público leitor, passível de facilitar o processo de recepção das idéias nacional-socialistas.

Dentro dessa proposta de difusão da propaganda nacional-socialista, o almanaque também publicava as trajetórias de vida dos principais dirigentes nazistas, entre eles Adolf Hitler, Rudolf Hess e Ernst Wilhelm Bohle, notícias sobre os Congressos do Partido, em Nürnberg, e sobre as atividades do Partido no Brasil. Neste almanaque, as fotografias de diversos tipos desempenharam um papel central na difusão do nacional-socialismo. Foram publicadas fotos: dos dirigentes do alto escalão do Partido Nazista com suas insígnias; de festividades realizadas pelo Partido, entre elas os congressos anuais realizados em Nürnberg e a festa da colheita em Bückenberg; de seções do Partido, entre elas a Juventude Hitlerista e seu dirigente Baldur von Schirack; de paisagens alemãs que, nessa época, eram consideradas um elemento da identidade étnico-nacional.

Com o intuito de concretizar a comunidade étnica e construir um sentimento de pertença ao povo alemão, o **Volk und Heimat** divulgou um conjunto de matérias que tematizavam a vida dos alemães no exterior e sua luta pela manutenção da germanidade. Essa idéia de rede e de vínculo a uma unidade maior também se concretizava na publicidade. No **Volk und Heimat**, da mesma forma que no **Blumenauer Volkskalender**, os leitores encontravam assinalados alguns locais de encontro dos membros do Partido no Brasil, entre eles Bar Hamburg, de Pelotas; Bar Hindenburg, em Porto União; Hotel Independência, em São Leopoldo; Hotel Krüger, em Rio Grande; Café Flori, em São Bento do Sul.

Embora o **Volk und Heimat** fosse editado em São Paulo, sua circulação foi bem mais ampla. O exame da publicidade, que ocupou considerável número de suas páginas, evidenciou que o periódico circulava no Rio Grande do Sul nas localidades de Rio Grande, Pelotas, São Leopoldo, Hamburgo Velho, Santa Cruz do Sul, Porto Alegre, Cachoeira do Sul, Santa Maria, Getúlio Vargas, Erechim, Marcelino Ramos, Cruz Alta, Ijuí, Santo Ângelo, Panambi, Carasinho, Passo Fundo; no Estado de Catarina, em Cruzeiro do Sul, Porto União, São Bento do Sul, Jaraguá, Blumenau, Indaial, Rio do Sul, Brusque, Florianópolis, Itajaí, Joinville; no Paraná, em Curitiba, Ponta Grossa, Rio Negro e Paranaguá; em São Paulo, na Capital, Santos, Campinas e Rio Claro. O almanaque ainda possuía anunciantes da Bahia, de Pernambuco e do Rio de Janeiro.

A breve análise dos almanaques demonstrou que seus editores investiram, por meio de diversas linguagens, na difusão do nacional-socialismo, procurando também colocar seus leitores em contato direto com os principais teóricos desse movimento. Por meio do exame dos anúncios publicitários, ficou evidente que havia um grupo grande e variado de anunciantes, entre eles industriais, comerciantes e profissionais liberais, que apoiavam a edição de almanaques voltados para a propaganda nazista. O número de matérias publicadas e o alcance desses almanaques, como se verificou pela publicidade, foram mais significativas do que a historiografia vinha registrando.

Notas

¹ Esta comunicação apresenta resultados parciais da pesquisa **Leituras de almanaque na América Latina: imprensa em língua alemã e práticas culturais no Brasil, na Argentina e no Chile(1895-1941)**, na categoria pós-doutorado no País-CNPq, sob a orientação da Profa. Dra. Heloísa J. Reichel, em desenvolvimento junto ao Programa de Pós-Graduação em História da UNISINOS.

² Doutora em Letras - PUCRS.

³ EMPREZA GRAPHICA NIETSCHE & HÖMKE. *Blumenauer Volkskalender*, 1933, p.336.

⁴ MORAES, Luis Edmundo de Souza. *Konflikt und Anerkennung: die Ortsgruppen der NSDAP in Blumenau und Rio de Janeiro*. (Doutorado em Filosofia). Technische Universität zu Berlin, 2002. P.172.

⁵ ARNDT, Karl J.R.; OLSON, May E. *The German Language Press of Americas. 1732-1968*. Pullach/München: Verlag Documentation, 1973.P.111; MORAES. Op. Cit. P.129.

⁶ BESUCH. *Fürs Dritte Reich*, Porto Alegre, 01.04.1937, p.7.

⁸ SCHMITZ-BERNING, Cornelia. *Vokabular des Nationalsozialismus*. Berlin; New York: de Gruyter, 2000. P.660-664.

⁹ NIETSCHE & HÖMKE. An unsere Leser! Neujahrgruss 1936, *Blumenauer Volkskalender*, Blumenau, 1936, p.1.

¹⁰ NIETSCHE & HÖMKE. An unsere Leser! Neujahrgruss 1937, *Blumenauer Volkskalender*, Blumenau, 1937, p.5.

¹¹ NIETSCHE & HÖMKE. An unsere Leser! Neujahrgruss 1938, *Blumenauer Volkskalender*, Blumenau, 1938, p.5

¹² DER VERLAG. Dem achten Jahrgang mit auf dem Weg. *Landwirtschaftlicher Kalender*, Brusque, 1938, P.7-8.

¹³ Idem. Ibid. p.8

¹⁴ Cf. GLASER, Hermann. *Das Dritte Reich. Anspruch und Wirklichkeit*. Freiburg im Bresgau: Herder, 1963; LENHARO, Alcir. *Nazismo. "O triunfo da vontade"*. São Paulo: Ática, 2003.

¹⁵ D'ALESSIO, Marcia Mansor; CAPELATO, Maria Helena. *Nazismo: política, cultura e holocausto*. São Paulo: Atual, 2004. P.45.

¹⁶ DAS JAHRBUCH 'VOLK UND HEIMAT' AN SEINE LESER! *Volk und Heimat*, São Paulo, 1935, p.3.

¹⁷ Idem. Ibid.