

História em Revista

APRESENTAÇÃO	2
SELEÇÕES VAI À SALA DE AULA; CONHECENDO A REVISTA	5
EIXO 1- NAZISMO	7
Introdução ao Eixo 1	8
NAZISMO E EDUCAÇÃO.....	10
A SACRALIZAÇÃO DO NAZISMO	17
NAZISMO E OS JUDEUS	22
NAZISMO E COMUNICAÇÃO	28
EIXO 2 - POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA E ESFORÇO DE GUERRA	32
Introdução ao Eixo 2	33
QUEM SÃO OS INIMIGOS?	36
POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA”	40
POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA” E ESFORÇO DE GUERRA.....	46
EIXO 3 – COMUNISMO	53
Introdução ao Eixo 3	54
O COMUNISMO SOB SUSPEITA	56
EIXO 4 – REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO, RAÇA E CLASSE.....	66
Introdução ao Eixo 4	67
RAINHA DO LAR.....	70
MODERNA E DECIDIDA.....	76
RAÇA.....	83
GÊNERO, RAÇA E CLASSE.....	91
CONCLUSÕES.....	100
REFERÊNCIAS.....	101

SELEÇÕES
Reader's Digest

SELEÇÕES
Reader's Digest



SELEÇÕES
Reader's Digest

APRESENTAÇÃO

Este material paradidático foi elaborado como requisito básico do Programa de Mestrado Profissional de História, ProfHistória, com o objetivo dar suporte aos professores de História do Ensino Médio para aprofundar temas, muitas vezes tratados de formas superficiais nos livros didáticos. Oportuniza ao professor levar para as aulas de história fontes documentais que propiciem aos estudantes a oportunidade de construir sua competência leitora.

A escolha por trabalhar artigos e peças publicitárias como documento em sala de aula se deve à sua aproximação com o cotidiano dos estudantes, e podem ser analisadas por vários aspectos, considerando seu valor de produção e representação de um determinado contexto histórico.

O uso de periódicos, jornais, revista para a produção de narrativas históricas é recente. Até a década de 1970 eram poucos os trabalhos que se valiam de jornais e revistas como fonte de conhecimento da História do Brasil. Com a renovação temática que incluíam o inconsciente, o mito, as mentalidades, as práticas culinárias, o corpo, as festas, os filmes, os jovens, as crianças, as mulheres, e outra infinidade de questões antes ausentes do território da História¹, a imprensa começa a ser objeto de análise de historiadores.

O pesquisador de jornais e revistas trabalha com aquilo que se tornou notícia, por isso precisa dar conta dos motivos que levaram à decisão de publicar algo. É necessário atentar para o destaque que se deu ao que foi publicado, o que foi dado destaque na capa, se o texto interno corresponde ao destaque dado à capa. Fora essas questões, existem os problemas das hierarquias das seções de um periódico, onde um movimento grevista, por exemplo, pode figurar numa seção política ou numa seção policial².

Jornais e revistas não são obras solitárias, mas reúnem um conjunto de indivíduos, o que torna projetos coletivos, pois agregam pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir de palavras escritas e/ou imagens.

Pensando no lugar de inserção e a forma de abordagem das matérias publicadas, elegemos a Revista Seleções do *Reader's Digest* como objeto de pesquisa para apurar as possibilidades de seu uso para as aulas de história no Ensino Médio, e apresentamos nesse trabalho os resultados obtidos em formato de material paradidático para colaborar com o

¹ LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2018. P. 118.

² Id.

professor, dando suporte para ir além dos conteúdos e possibilidades apresentados nos livros didáticos.

A escolha por trabalhar recortes de artigos e de anúncios publicitários da Revista Seleções do *Reader's Digest* em sala de aula deveu-se ao significado dos aspectos contextuais em que estava inserida essa publicação. Riquíssima em artigos e imagens que representavam o *american way of life* (modo de vida americano), a revista foi fundada em 1922, na cidade de Nova York por um casal de norte-americanos — Roy William DeWitt Wallace e Lila Acheson Wallace — e, devido ao seu formato de bolso, com artigos selecionados de livros e outras publicações e condensados de modo que pudessem ser lidos com rapidez e facilidade, conquistava e ampliava o número de leitores a cada nova edição. A revista chegou ao Brasil em fevereiro de 1942, dois meses após o país se alinhar aos Estados Unidos e aliados na Segunda Guerra Mundial estreitando a política de “Boa Vizinhança” entre os dois países. A partir de uma análise apurada durante o ProfHistória, pude perceber o potencial da revista, uma vez que, acompanhava o desenrolar da Segunda Guerra Mundial, elegendo os nazistas, os japoneses e, depois, no pós-guerra os comunistas como “inimigos”. Configurava-se, assim, num material farto para se trabalhar vários assuntos com os estudantes em sala de aula através da análise de textos e imagens.

O conceito de conhecimento histórico escolar ainda é um desafio que não pode ser entendido como mera e simples transposição de um conhecimento maior, proveniente da ciência de referência e que é vulgarizado e simplificado pelo ensino. É preciso pensar que a forma de construção do conhecimento histórico escolar e suas particularidades justificam sua necessidade como saber específico que, por sua vez, dialoga com um código disciplinar construído pela tradição escolar³.

O conhecimento escolar é uma forma de saber que pressupõe um método científico no processo de transposição da ciência de referência para uma situação de ensino, permeando-se, em sua reelaboração, com o conhecimento proveniente do “senso comum”, de representações sociais de professores e alunos e que são redefinidos de forma dinâmica e contínua na sala de aula. A história escolar não é apenas uma transposição da história acadêmica, mas constitui-se por intermédio de um processo no qual interferem o saber erudito, os valores contemporâneos, as práticas e os problemas sociais⁴.

³ BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **O Saber Histórico na Sala de Aula**, São Paulo: Contexto, 2017. P. 25.

⁴ Id.

Desse modo, para construção de conhecimentos a partir da Revista *Seleções do Reader's Digest*, convencionou-se selecionar o tema e o transformar em problema por meio de um conjunto de questões. Estudar, então, o passado para entrar em contato com as experiências dos seres humanos de outros tempos no enfrentamento desse problema, e analisar o presente, levando em consideração esse conhecimento do passado⁵.

A metodologia pauta-se na aprendizagem ativa, que ocorre quando o aluno interage com o assunto em estudo, ouvindo, falando, perguntando, discutindo, fazendo, sendo estimulado a construir conhecimento ao invés de recebê-lo de forma passiva do professor. Ao professor cabe orientar, supervisionar e facilitar o processo de aprendizagem⁶.

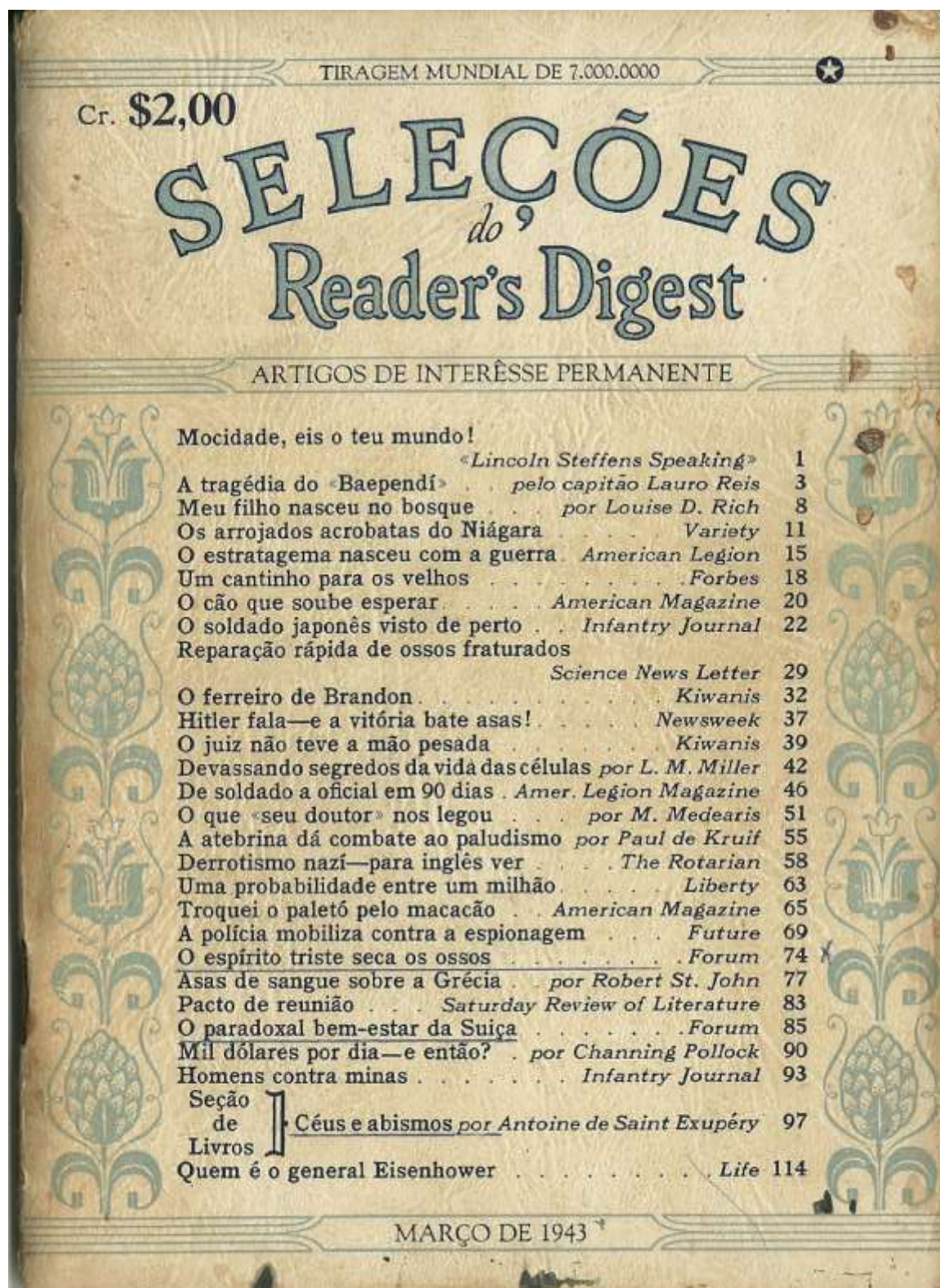
Ao incentivar os estudantes a interpretar a revista *Seleções* como documento, pretende-se fazer com que percebam que o saber histórico não é um dado pronto, mas construção cognitiva. O estudante pode exercitar sua capacidade de analisar fontes diversas, aproximando-se de alguns procedimentos do ofício do historiador. A ideia é estimular a sua percepção para a relação presente-passado e vice-versa, diante das possíveis expectativas frente às suas mudanças e permanências, rupturas e continuidades que se fazem presentes até nossos dias.

O material consta de recortes de artigos e publicidade da Revista *Seleções do Reader's Digest* publicadas entre os anos de 1945 e 1949 que abordam quatro eixos temáticos: o primeiro tem como tema o nazismo; o segundo eixo traz a Política de “boa vizinhança” e o esforço de guerra; o eixo três tem como tema o Comunismo e o quarto eixo as representações de gênero, raça e classe, que poderão ser utilizados como documentos pelo professor no contexto das aulas de História.

⁵ OLIVEIRA, Margarida Maria Dias de (Coord.). **História: ensino fundamental**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Explorando o ensino, v. 21).

⁶ PAULINO, Carla Viviane [et al.]. **Perspectivas do Ensino de história: teorias, metodologias e desafios para o século XXI**. Curitiba: Intersaberes, 2018. P. 56.

SELEÇÕES VAI À SALA DE AULA: CONHECENDO A REVISTA

Capa da Revista Seleções do *Reader's Digest* de março de 1943.

Num primeiro momento, para trabalhar a revista Seleções como documento nas aulas de História é fazê-la conhecida. Para isso sugerimos que o/a professor/professora motive os/as estudantes a pesquisar na internet informações sobre sua origem, seu contexto de criação, o público alvo e como chegou ao Brasil.

Com a turma dividida em grupos, distribua entre eles diferentes informações a serem pesquisadas, certifique-se que todos tenham condições de participar, com acesso à *internet* para fazer a pesquisa fora do período de aulas. Se não for possível, organize a pesquisa durante a aula no Laboratório de Informática do Colégio.

O/a professor/professora pode deixá-los pesquisar de forma espontânea, fornecendo pista e direcionando questionamentos e incentivando-os a buscar novas informações à medida que avançam nos resultados. Ou direcioná-los a sites previamente consultados, onde os/as estudantes desenvolverão a leitura anotando os resultados.

Como sugestão para pesquisa, o/a professor/professora poderá utilizar os seguintes endereços:

www.selecoes.com.br, *site* oficial da publicação;

<http://blogs.opovo.com.br/pliniobortolotti/2009/08/19/readers-digest-vai-a-falencia-nos-estados-unidos/>, *blog* de notícias;

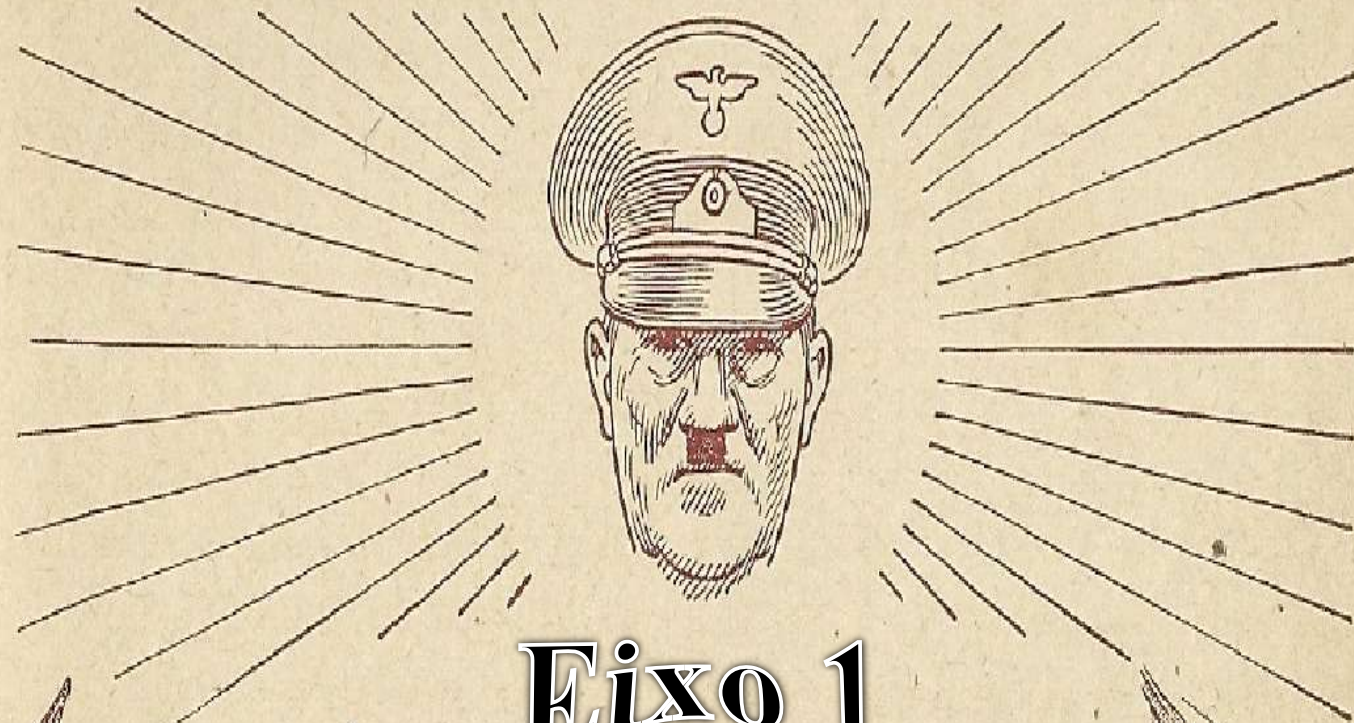
<http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/08/readers-digest-most-involving-magazine.html>, *blog* de curiosidades.

De posse das informações necessárias, promover a socialização das informações por meio da confecção de cartazes que serão expostos em um mural, ou até mesmo, por meio de um mural eletrônico utilizando a ferramenta virtual *padlet*, ambiente colaborativo disponível em <https://pt-br.padlet.com/dashboard>.

Após a socialização o professor direciona os/as estudantes ao tema que considerar pertinente, disponível neste material.

Usando o *padlet*

Professor, Para acessar esse ambiente o/a professor/professora deverá estar cadastrado no *gmail*. Com o uso de *login* e senha do *gmail* acesse a plataforma clique em “+ Fazer um *padlet*”, na sequência clique em “mural”. Os/as estudantes deverão estar organizados em um grupo de rede social (WhatsApp) onde o/a professo/professorar vai compartilhar o endereço do mural. A partir deste ponto, cada estudante, ou cada grupo liderado por um/uma estudante pode dar sua contribuição por celular.



Eixo 1



Nazismo

Sobreposição de imagens desta página: Suástica, Revista Seleções de Novembro de 1942;
Saudação a Hitler, Revista Seleções de julho de 1942, p. 83.

Introdução ao Eixo 1

O Nazismo foi um conjunto de ideias e práticas associadas ao Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães, e teoricamente é um desdobramento do fascismo italiano adaptado à situação política, econômica, social e cultural da Alemanha entre as décadas de 1920 e 1940⁷.

O nazismo, ao lado do fascismo italiano e do stalinismo praticado na União Soviética, foi um regime totalitário, fenômeno político do século XX, que mobilizou de modo surpreendente grandes segmentos da sociedade de diversos países.

Uma das principais características do Estado nazista seria sua associação com as sociedades de massas. Essa sociedade, desencantada com o Estado e as instituições democráticas, que passavam no entre guerras, por séria depressão econômica, humilhada após o desfecho da Primeira Guerra e carente de lideranças fortes, era o ambiente propício para a ascensão de regimes salvacionistas que canalizassem as frustrações pessoais e coletivas por meio de uma propaganda bem elaborada⁸.

Portanto, para trabalhar o tema “Nazismo” nas aulas de História, pode-se situá-lo no contexto do uso dos meios de comunicação de massa para fins políticos, ocorrido na primeira metade do século XX.

Introduz-se o tema por meio do questionamento junto aos estudantes sobre os meios de comunicação atuais, principalmente se os jornais, as revistas, os programas televisivos e as redes sociais podem influenciar nossa maneira de pensar, nos mais diversos aspectos. Por exemplo, as propagandas publicitárias, muitas vezes, criam estereótipos sobre determinados grupos sociais, bem como promovem padrões de comportamento relacionados ao consumo, à beleza, ao modo de se vestir, de pensar e de ser. As redes sociais oferecem um espaço de discussão política e troca de conhecimentos, mas ao mesmo tempo podem ser utilizadas para incentivar atitudes preconceituosas e violentas ou disseminar notícias falsas.

Os jornais, revistas, podem distorcer e ocultar informações sobre acontecimentos, agindo de forma parcial para defender um ponto de vista, privilegiando determinados grupos políticos e econômicos.

O objetivo, ao promover uma discussão inicial com os/as estudantes, é levá-los a perceber a importância de checar e analisar todas as informações recebidas de modo crítico, incentivando a busca pelo conhecimento, a reflexão e a promoção de um espaço de discussão democrático.

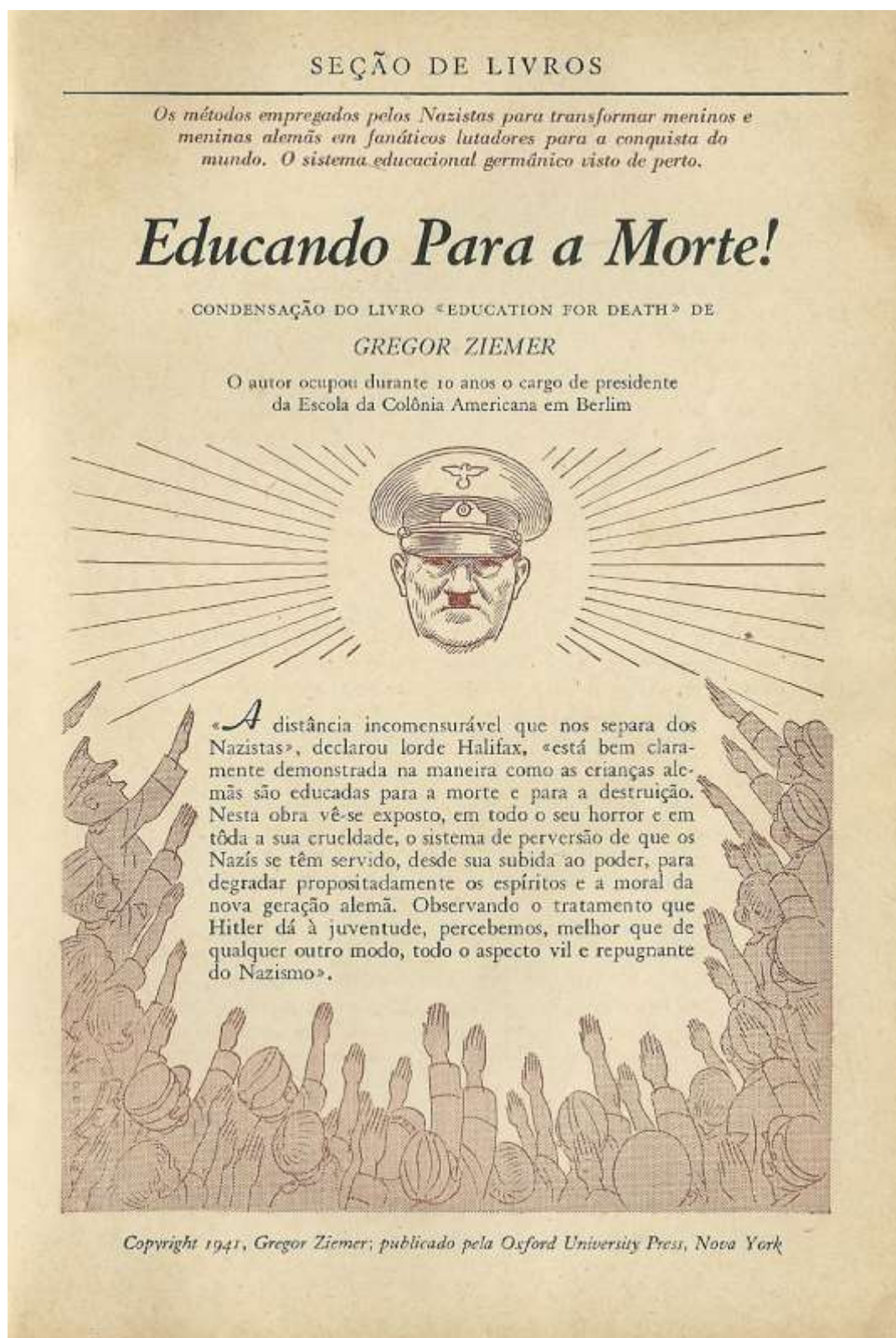
⁷ SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.

⁸ Ibid., p. 142.

Por outro lado, a discussão permite construir e fortalecer nos/nas estudantes o conceito de fontes e documentos históricos como ferramenta de análise de determinado momento histórico. Contribui com a sua formação de forma atuante e com capacidade de observação, reflexão, análise e posicionamento para a construção de narrativas, com pensamento crítico sobre o que lê, formador de novos conceitos e construtor de novos objetivos de leitura.

DOC. 1 - TEMA: NAZISMO E EDUCAÇÃO

Imagem 1 – Primeira página da Seção de Livros da Revista Seleções do *Reader's Digest*: Condensação do livro “*Education for Death*” de Gregor Ziemer (1941).



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 6, julho de 1942. P. 83-98.

Explorando o tema

Professor, o livro *Educando para a Morte!* É de autoria de Gregor Ziemer, que exerceu o cargo de presidente da Escola da Colônia Americana em Berlim durante 10 anos. Na revista *Seleções*, no resumo do livro, descrevia-se o sistema educacional germânico através de métodos empregados pelos nazistas e como esse sistema criava meninos e meninas para morrerem pelo nazismo. É interessante notar o forte conteúdo antinazista em contraposição ao sistema educacional democrático norte americano como podemos observar na chamada da capa:

“Está bem claramente demonstrada na maneira como as crianças alemãs são educadas para a morte e para a destruição. Nesta obra, vê-se exposto, em todo o seu horror e em toda a sua crueldade, o sistema de perversão de que os nazis se têm servido, desde sua subida ao poder, para degradar propositalmente os espíritos e a moral da nova geração alemã. Observando o tratamento que Hitler dá à juventude percebemos, melhor que qualquer outro modo, todo o aspecto vil e repugnante do nazismo”. *Seleções do Reader's Digest*, Tomo IV, julho de 1942.

Adaptado: SUPPO, Hugo Rogelio; LESSA, Mônica Leite (org.). **A quarta dimensão das relações internacionais**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2013. P. 276.

Texto I:

EDUCANDO PARA A MORTE!

Condensação do Livro “*Education for death*”⁹ de

GREGOR ZIEMER¹⁰

[...] Ao cabo de longas démarches burocráticas, recebi licença do Ministério da Educação para visitar as instituições nazistas de ensino. Seguiram-se visitas a clínicas prenatais, a hospitais de esterilização, a escolas de primeira infância e para débeis mentais, e institutos para moços e moças de todas as idades. Conversei com pais de alunos, professores, estudantes e funcionários. Sempre que falava com gente mais interessante, tomava notas; não podendo escrever na presença de meus interlocutores, fazia esforços por decorar suas palavras e lançava-as ao papel tão depressa quanto podia. São essas resmas de notas que agora me permitem recompor rigorosamente quanto vi e ouvi.

⁹ Copyright 1941, Gregor Ziemer; publicado pela *Oxford University Press*, Nova York.

¹⁰ O autor ocupou durante 10 anos o cargo de presidente da Escola da Colônia Americana em Berlim.

Tirei de tudo isso uma conclusão de ordem geral: as escolas nazistas cumprem com a diabólica eficácia a sua sinistra tarefa - educar a infância e a mocidade para a morte, preparando-as intensivamente para o holocausto ao Fuehrer, que um dia disse:

“Deixai vir a mim os pequeninos, que me pertencem para a vida e para a morte!”

Infância Pre-Natal, à Moda Nazista

- Quando começa o partido nazista a se interessar pela criança alemã? - perguntei um dia a um alto funcionário nazista, no imponente gabinete de Baldur von Schirach, marechal da Jovem Alemanha Militante.

- Antes da concepção da criança! - foi a resposta imediata.

Vendo meu assombro, explicaram-me então que a expulsão dos impuros judeus seria de pouca utilidade, se a Alemanha não fizesse um esforço “científico” para evitar o nascimento de todos os indesejáveis. A finalidade do *Fuehrer* era uma raça superior, coisa que só poderia resultar do cruzamento de indivíduos saudáveis.

- Mas não é certo que há sempre alguns indesejáveis que conseguem ter filhos? - perguntei.

- É, mas em breve não haverá mais crianças raquíticas, nem débeis mentais na Alemanha! Gostaria de ver a prova do que lhe afirmo? Diga-me uma coisa: tem bons nervos?

...

Assegurei-lhe que os tinha tão fortes como o comum dos mortais.

Acompanhou-me então a um edifício de tijolo, de sinistra aparência, no centro da cidade velha. Era aquilo (explicou o meu guia) uma *Frauenklinik* - um hospital da cidade para mulheres. Um guarda de elite (S.S.), uniformizado, abriu-nos todas as portas. Vestimos capas de médicos e galgamos alguns lanços de escada até chegar a uma galeria, que uma parede de vidraça separava da sala de operações profusamente iluminada. Seis médicos operavam lá embaixo.

O que vi então me fez empalidecer até o âmagô. As camas de rodas entravam e saíam com precisão cronométrica. Os médicos operavam rapidamente, praticando destrás incisões nos ventres alvos das mulheres; abriam o corte, aplicavam grampos cirúrgicos, sondavam o interior, erguiam delicadamente um tubo que logo embrulhavam e cortavam. A ferida era imediatamente cosida, e a cama rodava para fora, para logo ser substituída por outra...

- Que estão eles fazendo? Perguntei.

- Esterilizando mulheres - respondeu o guia.

[...] Perguntei que mulheres eram essas, que assim estavam sendo punidas. Informaram-me que se tratava de “doentes mentais”, mulheres de baixa resistência, que tinham demonstrado mais de uma vez não ser a sua progênie robusta.

- Estamos até eliminando o daltonismo no Terceiro Reich, - disse o meu informador. - Precisamos de soldados capazes de reconhecer as cores. Como sabe, só a mulher transmite o daltonismo.

Não sabia dizer-me quantas mulheres eram anualmente esterilizadas; mas só naquela clínica havia seis médicos, operando quatro dias por semana. O processo estava em marcha desde 1933, em todas as grandes cidades da Alemanha.

- Quem determina quais mulheres que devam ser esterilizadas?

- Temos tribunais, meu caro *Herr Direktor Ziemer*! Nós temos tribunais! Tudo isto é feito do modo mais legal, esteja tranquilo...

Glossário

Frauenklinik: Clínica feminina.

Herr Direktor: Senhor Diretor.

DIALOGANDO

1 – Que elementos do texto permitem afirmar que o movimento nazista era racista?

2 – Quais ações do Estado Nazista podem ser percebidas no texto que fundamentam a resposta da primeira questão?

Texto II

Como se Fazem Tropas “Mecanizadas”...

Poucos dias depois andei a fazer visitas domiciliárias com uma das enfermeiras encarregadas de velar pelos filhos do Estado. *Fräulein* Knoblauch era idosa, mas tão fanática como qualquer jovem nazista; levava no braço esquerdo a insígnia oficial da NSV (Serviço de Beneficência Nacional-Socialista, é o equivalente hitleriano à Cruz Vermelha), que, segundo me informou sem qualquer sinal de embaraço, é o símbolo da concepção: efetivamente, uma inspeção mais atenta do complicado símbolo levou-me a concordar que sim...

Fräulein Knoblauch precisava visitar quatro mulheres, que tinham estado hospedadas no Home das mães e filhos de Fürstenberg. Na primeira casa que visitamos, [...] encontramos um menino de 4 anos, louro e rechonchudo, muito direitinho ao lado da mamãe, mirando-nos com seus olhos muito azues e brilhantes.

- Que diz um menino bem criado? - perguntou a mãe.

O menino bateu os calcanhares, ergueu a mãozinha papuda, e gritou “*Heil* Hitler!” A enfermeira respondeu vivamente à saudação, aprovou com um “muito bem”, e em seguida perguntou ao garotinho se ele sabia quem era Hitler.

- Hitler é o nosso *Fuehrer* bem amado, - respondeu ele, como quem repete com muito juízo a lição bem decorada.

- Está direito. E todos nós amamos o *Fuehrer*, não é assim?

- Todos nós amamos nosso *Fuehrer*, - respondeu o pirralho sem convicção.

- É preciso que você cresça e se faça um rapagão, para poder lutar pelo seu *Fuehrer*! - continuou *Fräulein* Knoblauch.

- Mas eu não gosto de lutar! - respondeu inesperadamente o gurí...

A enfermeira ficou sinceramente chocada com semelhante resposta e olhou com severidade a mãe do menino. Depois, com muita paciência, explicou ao gurí que todos os jovens hitlerianos devem lutar pelo chefe. Todos devem crescer bravos e fortes, para serem bons soldados.

- E eu sou bom soldado? - perguntou o menino.

- É, sim. Você é soldado de Hitler! E vai crescer muito, para ser um combatente da causa do *Fuehrer*! Então você vai ter um fuzil para dar muitos tiros!

[...] Mas na paragem que fizemos a seguir, fomos recebidos com menos entusiasmo: a mãe de família, mulher ainda nova mas pálida e magra, saudou-nos com modo apático. A enfermeira pediu para ver a pequenina.

- A minha menina?... Morreu! Morreu semana passada... - disse a mãe.

Fräulein Knoblauch ficou primeiro atônita, depois zangou-se, e perguntou por que razão a NSV não fora informada conforme os regulamentos. E nem uma palavra de condolência ou pesar, nem uma pergunta sobre a causa da morte! Só rancor, o rancor burocrático pelo desrespeito aos regulamentos!

Aparentando um cansaço indescritível, a mãe explicou que ela própria estivera doente, mas fizera na véspera uma participação ao departamento local. Com isto, a enfermeira se conformou e se mostrou aliviada de um grande peso.

- Mas porque está tão triste, tão abatida, *gnaedige Frau*? - disse com censura.

- Eu queria muito a minha menina! - disse a pobre mãe, sem ousar erguer os olhos para a inquisidora.

A enfermeira Knoblauch pregou-lhe então um sermão, aconselhando a triste mãe a esquecer a filha, “uma simples garota”, e ter outros filhos, muitos filhos. As mulheres do

Terceiro Reich não tinham tempo a perder com fúteis sentimentalismos; havia trabalho, muito trabalho a fazer! Mas ia tratar das cousas, para ela ir passar algumas semanas no mesmo *home* onde antes tinha estado.

- Não! - disse a mulher, encolhendo-se com ar suplicante, - nesse não!

- Vamos, vamos! - fez a enfermeira com severidade. - acabemos com o luto pelos mortos! Não pode haver isso no nosso Terceiro *Reich*! Vamos manda-la então para outro *Home*, na Baviera. A não ser que a senhora prefira não ir...

A pergunta disfarçava uma ameaça, e na face incolor da pobre eu lia o medo:

- Não, eu vou, eu quero ir... - disse ela numa voz apagada.

“Idiota!” murmurou a enfermeira quando descíamos a escada.

Glossário

Fräulein: Jovem. Era forma de tratamento formal para as mulheres solteira de qualquer idade na Alemanha até a década de 1970.

Gnaedige Frau: Minha senhora.

Homes: Locais mantidos pelo Serviço de Benevolência Nacional-Socialista (NSV) onde mulheres alemãs casadas ou não casadas se mantinham enquanto geravam “filhos do Estado nazista” (outrora chamados de filhos ilegítimos), concebidos a partir da intervenção do Estado e acima das convenções morais da época.

DIALOGANDO

1 – Como pode ser percebida a educação dada aos meninos a partir da leitura do texto? Qual era a finalidade desse tipo de educação?

2 – É possível encontrar na História outras sociedades com educação de caráter militarista?

Conexão com a Rede

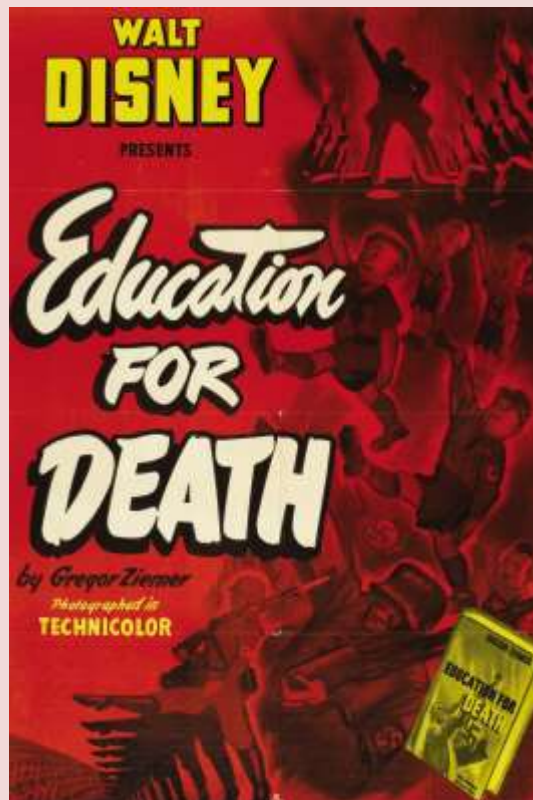
O LIVRO, A DISNEY, O FILME

O primeiro desenho animado sonoro, o primeiro desenho com o sistema *Technicolor*, o primeiro longa-metragem animado e o primeiro programa de TV completamente colorido. Esses são alguns dos feitos do maior ganhador do Oscar de todos os tempos, Walter Elias Disney.

Mas nem tudo foram flores na vida do velho Walt. Ele e seu estúdio passaram por várias crises, e uma delas foi durante a Segunda Guerra Mundial. Praticamente falido depois de “Fantasia”, e enfrentando uma greve que paralisou metade de sua força de trabalho, Disney viu com bons olhos o contrato proposto pelo governo para produzir 32 curtas animados entre 1941-1945, a US\$ 4,500 cada um, filmes tanto de treinamento para soldados quanto para levantar a moral da população. Esse contrato gerou trabalho para os empregados e ajudou a se recuperar. E o “esforço de guerra” também gerou outros produtos, como pôsteres e quadrinhos.

Um desses curtas foi *Education for Death – The Making of the Nazi* (1943), uma poderosa propaganda anti-nazi e com uma linguagem um pouco agressiva para os padrões Disney.

Fonte: <<https://otrecocerto.com/2015/05/27/educacao-para-a-morte/>> Acesso: 12/01/2020



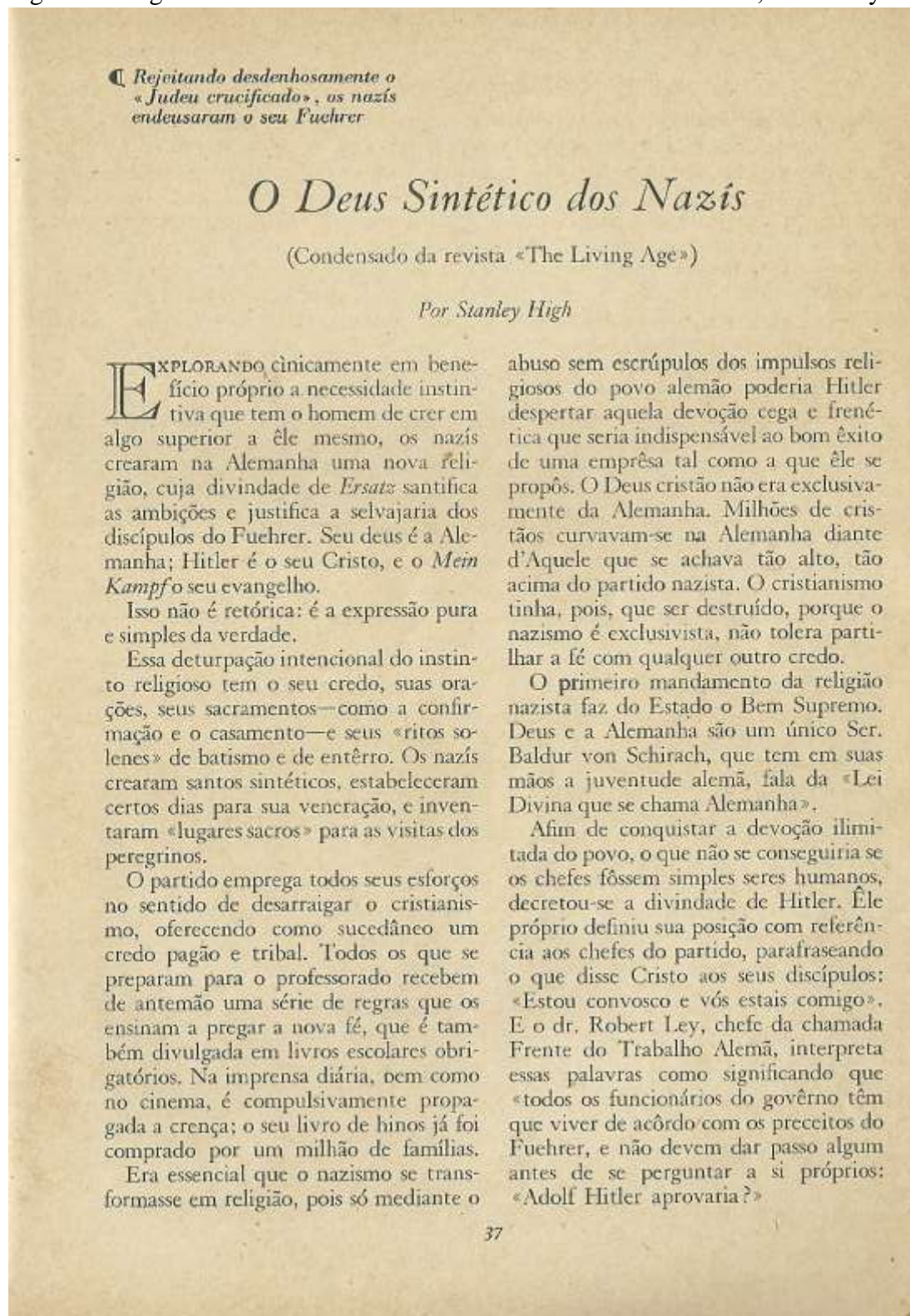
Para enriquecer o debate disponibilizamos o curta-metragem em

https://drive.google.com/open?id=1T3OzRn9PC7ie_2vp6FA7eaOk1r3vu6fB

Também inspirado no livro *Education for Death* de Gregor Ziemer. O filme conta a história de Hans, um garoto alemão, desde seu nascimento. O vídeo mostra como Hans é influenciado na escola a pensar de acordo com a doutrina nazista. O curta possui diálogos em alemão, mas os fatos mais importantes são narrados em inglês, com legendas em português.

DOC. 2 – A SACRALIZAÇÃO DO NAZISMO

Imagem 2 – Página inicial do condensado “O Deus Sintético dos Nazís”, de Stanley High



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37.

Rejeitando desdenhosamente o
 “Judeu crucificado”, os nazís
 endeusaram o seu *Fuehrer*

O Deus Sintético dos Nazis
 (Condensado da revista “The Living Age”)
 Por Stanley High

Explorando cinicamente em benefício próprio a necessidade instintiva que tem o homem de crer em algo superior a ele mesmo, os nazis criaram algo superior a ele mesmo, os nazís criaram na Alemanha uma nova religião, cuja a divindade de *Ersatz* santifica as ambições e justifica a selvageria dos discípulos do Fuehrer. Seu deus é a Alemanha; Hitler é seu Cristo e o *Mein Kampf* o seu evangelho.

Isso não é retórica: é a expressão pura e simples da verdade.

Essa deturpação intencional do instinto religioso tem o seu credo, suas orações, seus sacramentos [...] e seus “ritos solenes” de batismo e enterro. Os nazis criaram deuses sintéticos, estabeleceram certos dias para a veneração, e inventaram “lugares sacros” para as visitas dos peregrinos.

O partido emprega todo o esforço no sentido de desarraigar o cristianismo, oferecendo como sucedâneo um credo pagão e tribal. Todos os que se preparam para o professorado recebem de antemão uma série de regras que os ensinam a pregar a nova fé, que é também divulgada em livros escolares obrigatórios. Na imprensa diária, bem como no cinema, é compulsivamente propagada a crença; o seu livro de hinos já foi comprado por um milhão de famílias.

Era essencial que o nazismo se transformasse em religião, pois só mediante o abuso sem escrúpulo dos impulsos religiosos do povo alemão poderia Hitler despertar aquela devoção cega e frenética que seria indispensável ao bom êxito de uma empresa tal como ele se propôs. O Deus cristão não era exclusivamente da Alemanha. Milhões de cristãos curvavam-se na Alemanha diante d’Aquele que se achava tão alto, tão acima do partido nazista. O cristianismo tinha, pois, que ser destruído, porque o nazismo é exclusivista, não tolera partilhar a fé com qualquer outro credo.

O primeiro mandamento da religião nazista faz do Estado o Bem Supremo. [...]

Afim de conquistar a devoção ilimitada do povo, o que não se conseguiria se os chefes fossem simples seres humanos, decretou-se a divindade de Hitler. Ele próprio definiu sua posição com referência aos chefes do partido, parafraseando o que disse Cristo aos seus discípulos: “Estou convosco e vós estais comigo”. [...]

“A Fé Alemã”, diz um porta-voz do nazismo, “só aceita um Deus: Adolf Hitler”, Ernest Hauck, educador alemão, declarou, num convenio público em Coburgo, que “Cristo foi grande, porém Hitler é maior”. Muitos chamam Hitler de “nosso Redentor”. O famoso hino cristão intitulado *Ó Cristo, Senhor da Nova Era*, teve seu texto mudado para *Ó Hitler, Senhor da Nova Era*.

Os retratos oficiais de Hitler mostram sua cabeça banhada em luz mística. Tais fotografias são muitas vezes usadas nos “altares” do partido; e abaixo da imagem vêem-se preces a Hitler. Eis uma boa amostra:

A ti, meu *Fuehrer*, pertence
 Tudo aquilo que possuímos;
 Nossos bens e nossas vidas,
 Nossos corações e nossas almas.

Em muitos orfanatos do governo, as crianças são obrigadas a rezar, antes das refeições, uma oração a Hitler, nos seguintes termos: “A ti só, eu devo o meu pão de cada dia; nunca me abandones, protege-me sempre, *Fuehrer*, meu *Fuehrer*, minha Fé e minha Luz”. [...]

Considerando que são de ordem física as necessidades dos nazistas, o partido criou uma nova moralidade, baseada exclusivamente na parte física da personalidade humana. Segundo a ética nazista, o bem supremo é a obtenção de “corpos cada vez melhores e em maior número”. A prática dessa doutrina é o que os nazis chama de “Revolução Biológica”.

A “Revolução Biológica” explica em parte o fato do hitlerismo perseguir tão impiedosamente a Igreja Cristã, porque a doutrina alemã é violentamente contrária aos ensinamentos cristãos, que pregam a santidade do lar e do casamento; é oposta à ideia da importância da alma humana, que pode ser grande e forte nos corpos mais débeis; e combate o ideal cristão de castidade pré-nupcial. Em 1938 foi promulgada na Alemanha um decreto segundo o qual o casamento não é mais considerado instituição divina, sendo encarado como o núcleo celular do Estado. Dessa maneira, as relações sexuais de marido e mulher já não são “uma união íntima, pessoal e vital, baseada no consentimento mútuo”, são agora “atos públicos”. Atualmente olha-se com reprovação a cerimônia do casamento, de acordo com os preceitos cristãos; prefere-se o “casamento alemão” oficializado.

O objetivo do matrimônio é o mesmo que o de qualquer indústria bélica: produção de material de guerra, de “carne para canhão”... A interpretação da nova lei do casamento declara franqueza que o propósito da união é a criação de filhos para o Estado. Se esse fim não é atingido, o casamento é considerado mau, e segue-se a anulação.

A única obrigação moral da mulher alemã é ter filhos. Num apelo publicado no *Schwarze Korps* em princípios de 1940, dizia-se: “não podemos permitir que nesta guerra o número de nascimentos caia a um nível abaixo do médio. A mulher que fugir desse modo ao seu dever é tão traidora como o soldado desertor. Homens da Alemanha! Mostrem que estão prontos não só a dar a vida pela pátria, mas também a dar à nação muitas outras vidas, antes de morrerem”.

Heinrich Himmler, chefe da Gestapo, declara que as moças alemãs “de puro sangue” tem um dever de guerra “que transcendem o casamento, e nada tem haver com ele. Esse dever consiste em terem filhos, encontrando-se para isso com soldados que seguem para o front”.

Por causa de tais apelos, vêem-se nos jornais anúncios como este:

“Tenho 22 anos, sou soldado, louro, de olhos azues. Antes de ir para a guerra dar a vida pelo *Fuehrer* e pela pátria, quero conhecer mulher alemã com que possa ter um filho e herdeiro para a glória da Alemanha”.

E este outro:

“Moça alemã deseja tornar-se mãe duma criança cujo pai seja soldado alemão lutando pelo Nacional-Socialismo”.

Não se permite que um escrúpulo normal e civilizado impeça a execução desse plano de reprodução. Diz o *Schwarze korps*: “Em casamentos estéreis, sendo a mãe sadia, deve-se empregar a fecundação artificial. Se esse método falhar, peça-se o auxílio de outro homem, de preferência um irmão do marido”.

O Estado se incumbe de cuidar dos filhos de pais não casados. Aos soldados que “possam comprovar” a alegação de serem pais solteiros, prometem-se bonificações que serão concedidas após a guerra. Enquanto isso, as mães solteiras são tratadas à custa do Estado.

O nazismo adotou e perverteu cerimônias e símbolos que tinham significações para os cristãos. [...]

O sacramento do batismo é substituído pela “solene adoção de um nome”. O Ministro do Interior avisou aos pais alemães que não mais se aceitarão os nomes de santos ou de mártires cristãos. Entre outros, foram proibidos os seguintes: Ana, Isabel, jacó, João e Maria.

[...]

É claro que há milhões de alemães anteriores ao advento de Hitler, cujo respeito pela conduta decente e cuja forte fé religiosas não podem ter sido inteiramente aniquilados pelo neo-paganismo. [...]

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo II, nº 8, setembro de 1942. P. 37-40

Glossário:

- *Ersatz*: substituto; sucedâneo.

- *Schwarze Korps*: **Das Schwarze Korps** era o [jornal oficial](#) da *Schutzstaffel* (SS), publicado toda quarta-feira e distribuído gratuitamente. Era solicitado a cada membro da SS que o lesse e também incentivasse outras pessoas a fazer o mesmo. O chefe da redação era [Gunter d'Alquen](#) e o editor era [Max Amann](#), diretor da [Franz-Eher-Verlag](#) (Central de publicações do [Partido Nacional Socialista](#)). O jornal hostilizava vários grupos, frequentemente publicando artigos condenando a [Igreja Católica](#) (denunciando atos de "catolicismo político"), os [judeus](#), o [comunismo](#) e a [franco-maçonaria](#), entre outros. A publicação mantinha estreita cooperação com o [Sicherheitsdienst](#) (serviço secreto da SS), que também exercia significativo controle sobre a linha editorial.

A primeira edição de *Das Schwarze Korps* foi publicada em [6 de março](#) de [1935](#), com tiragem de 70.000 exemplares; em novembro do mesmo ano, atingiu 200.000 cópias e, em [1944](#), 750.000. O jornal também circulava fora da Alemanha. Durante os [anos 1930](#), podia ser encontrado nos [Estados Unidos](#), em pelo menos uma livraria associada à organização [German American Bund](#).

Explorando o tema

Professor, os temas dos documentos um e dois estão relacionados à **ditadura nazista**, propriamente dita, na qual o líder, *Führer*, tinha plenos poderes. A ditadura de Adolf Hitler teve como características a militarização da sociedade alemã, a máquina de propaganda intensiva em torno da figura do líder, bem como um cuidadoso culto de sua personalidade e dos ritos e símbolos que o partido desenvolveu.

Os documentos permitem, a partir de debates, expor questões importantes sobre o papel da educação proporcionada pelas instituições do Estado; a influência dos meios de comunicação no convencimento da população articulado aos interesses do Estado. Por outro lado, observar a publicação desses condensados como uma forma encontrada pela revista Seleções em influenciar seus leitores contra as ideias difundidas pelo nazismo que seduziu parte da população brasileira da época.

Conexão com a Rede

Em 1936 Hitler empenhou-se para que os Jogos olímpicos fossem na Alemanha, disposto a comprovar a tese de superioridade racial dos alemães.

Com base no termo “revolução biológica” citado no documento dois, incentive os/as estudantes a pesquisarem sobre a influência da política nos Jogos Olímpicos de 1936.

Na História recente, diversos casos de atitudes racistas foram registrados no futebol. A partir da análise de imagens e notícias atuais, incentive uma discussão sobre as práticas racistas presentes nos meios esportivos em nossos dias.

Na sequência, usando o laboratório de informática, com base no termo “revolução biológica” citado no documento 2, e na análise e discussão das imagens e notícias atuais, incentive os/as estudantes a pesquisarem sobre a influência da política nos Jogos Olímpicos de 1936 através de notícias veiculadas na *internet*. Promova discussões e debates sobre o assunto e organize uma campanha antirracismo na sua escola, bairro ou comunidade.

Sugestões:

<https://www.gazetaesportiva.com/bastidores/veja-os-principais-casos-de-racismo-na-historia-recente-do-futebol-brasileiro/>, sobre os casos de racismo na História recente.

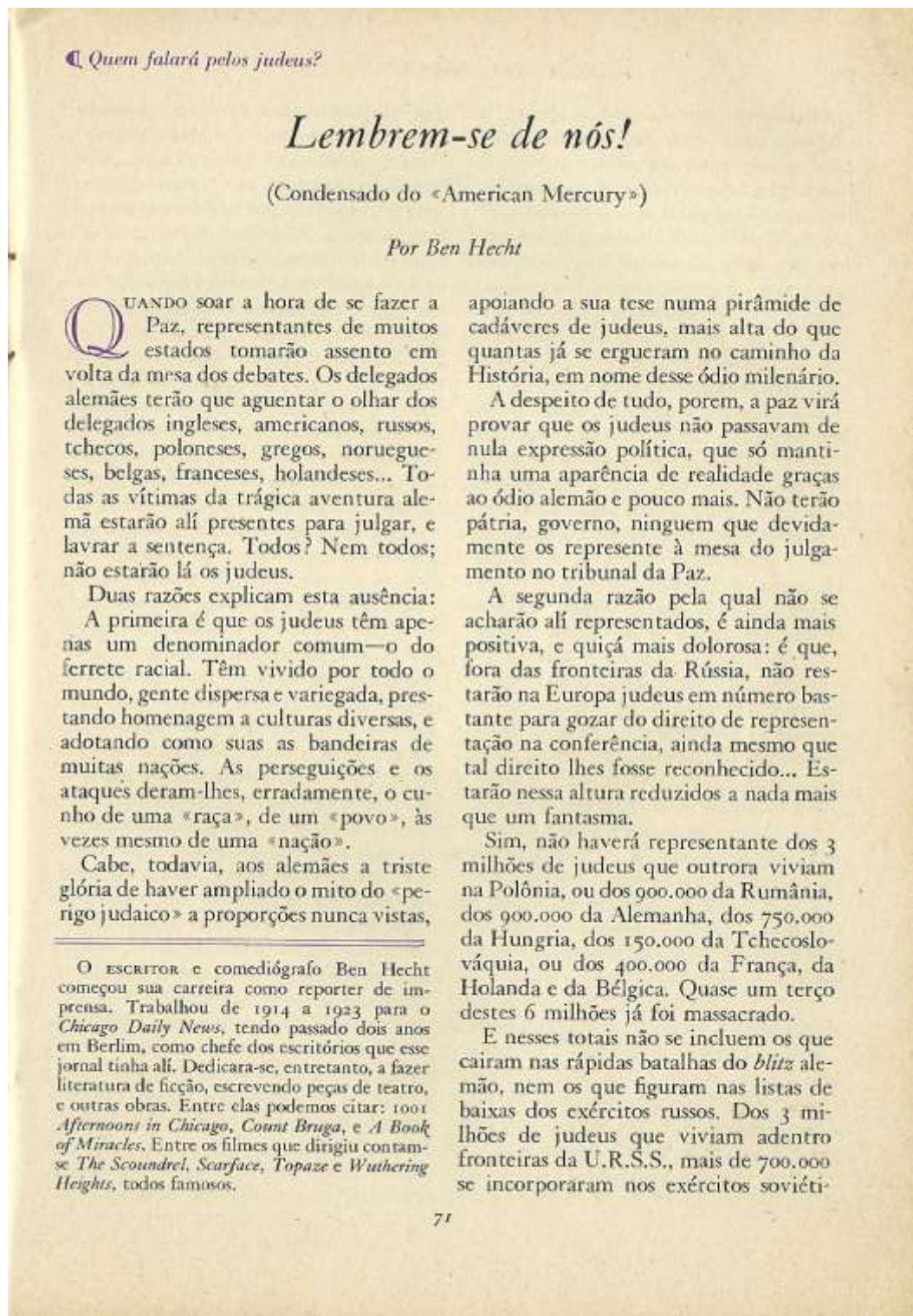
<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/olimpiadas/2008/jogos-olimpicos-berlim-1936-b3ukkh9a8jrlocdkjsirz13i/>, sobre as olimpíadas de 1936 em Berlim.

Disponibilizamos uma imagem de protesto contra o racismo no futebol, como exemplo, *link*

https://drive.google.com/open?id=1_GFGz1Jy-vBM2u7EZh9YWnLrrJPFYWWR

DOC. 3 – TEMA: NAZISMO E OS JUDEUS

Imagem 3 – Primeira página do Artigo “Lembrem-se de Nós!” de Ben Recht.



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 16, maio de 1943. P. 71-73.

Texto I:

¢ Quem falará pelos judeus?

Lembrem-se de nós!

(Condensado do <American Mercury>)

Por Ben Hecht¹¹

Quando soar a hora de se fazer a Paz, representantes de muitos estados tomarão assento em volta da mesa dos debates. Os delegados alemães terão que aguentar o olhar dos delegados ingleses, americanos, russos, poloneses, gregos, noruegueses, belgas, franceses, holandeses... Todas as vítimas da trágica aventura alemã estarão ali presentes para julgar, e lavrar a sentença. Todos? Nem todos; não estarão lá os judeus.

Duas razões explicam essa ausência:

A primeira é que os judeus têm apenas um denominador comum - o ferrete racial. Têm vivido por todo o mundo, gente dispersa e variegada, prestando homenagem a cultura diversas, e adotando como suas bandeiras as de muitas nações. As perseguições e os ataques deram-lhes, erradamente, o cunho de “raça”, de um “povo”, às vezes mesmo de uma “nação”.

Cabe, todavia, aos alemães a triste glória de haver ampliado o mito do “perigo judaico” a proporções nunca vistas, apoiando a sua tese numa pirâmide de cadáveres de judeus, mais alta do que quantas já se ergueram no caminho da História, em nome desse ódio milenário.

A despeito de tudo, porém, a paz virá provar que os judeus não passavam de nula expressão política, que só mantinha uma aparência de realidade graças ao ódio alemão e pouco mais. Não terão pátria, governo, ninguém que devidamente os represente à mesa do julgamento no tribunal da Paz.

A segunda razão pela qual se acharão ali representados, é ainda mais positiva, e quiçá mais dolorosa: é que, fora das fronteiras da Rússia, não restarão na Europa judeus em número bastante para gozar do direito de representação na conferência, ainda mesmo que tal direito lhe fosse reconhecido... Estarão nessa altura reduzidos a nada mais que um fantasma.

Sim, não haverá representante dos 3 milhões de judeus que outrora viviam na Polônia, ou dos 900.000 da Rumânia, dos 900.000 da Alemanha, dos 750.000 da Hungria, dos 150.000

¹¹ O escritor e comediógrafo Ben Hecht começou sua carreira como repórter de imprensa. Trabalhou de 1914 a 1923 para o *Chicago Daily News*, tendo passado dois anos em Berlim, como chefe dos escritórios que esse jornal tinha ali. Dedicara-se, entretanto, a fazer literatura de ficção, escrevendo peças de teatro, e outras obras. Entre elas podemos citar: *1001 Afternoons in Chicago*, *Count Bruga*, e *A Book of Miracle*. Entre os filmes que dirigiu contam-se *The Scoundrel*, *Scarface*, *Topaze* e *Wuthering Heights*, todos famosos.

da Tchecoslováquia, ou dos 400.000 da França, da Holanda e da Bélgica. Quase um terço destes 6 milhões já foi massacrado.

E nesses totais não se incluem os que caíram nas rápidas batalhas do blitz alemão, nem os que figuram nas listas de baixas dos exércitos russos. Dos 3 milhões de judeus que viviam adentro fronteiras da U.R.S.S., mais de 700.000 se incorporaram nos exércitos soviéticos, tendo-se batido e derramado o seu sangue nas valorosas batalhas dos moscovitas. Mas esses são judeus afortunados da Europa, e não há contemplá-los entre os de que vimos tratando.

Os milhões de israelitas que foram enforcados, queimados, fuzilados, não morreram - como intrépidos gregos, holandeses, franceses ou tchecos - sonhando com a vingança das humilhações sofridas, ou com a restauração dos lares arruinados. Tais anelos, que tanto ajudam a sustentar a alma do homem, são desconhecidos dos judeus. Quando estes caem sob o cutelo homicida, nenhuma esperança de desagravo futuro lhes amanhece na alma para mitigar a dor, prometer venturas a seus filhos, ou sequer ruína dos seus inimigos. Porque nenhuma pátria é a pátria deles, por muito que nela hajam vivido, ou por melhor que a tenham servido e amado.

Quando à mesa da futura conferência da paz, se estiverem entretecendo os planos do mundo novo, quando forem pesadas as culpas e repartidas as compensações - os judeus da Europa nada poderão dizer, exceto a tímida e triste frase: “Lembrem-se de nós!”

Os mortos de muitos países estarão ali de pé, pedindo e alcançando justiça; só o judeu não terá quem fale por ele. Sua voz ficará fora do pretório, só ali será ouvida quando, abertas de par em par as janelas, nele puder penetrar o eco triste e apagado do seu lamento:

“Lembrem-se de nós! Na cidade de Friburgo, na Floresta Negra, duzentos dos nossos foram enforcados e ficaram balouçando suspensos das janelas das cozinhas, para assistirem ao incêndio da nossa Sinagoga, e às torturas que puseram termo à vida do nosso rabino”.

“Em Szczucin, na Polônia, na manhã de 23 de setembro, que é o Dia de Penitência, estávamos na sinagoga rogando a Deus que perdoasse nossos pecados. Toda a comunidade se reuniria ali. Cobrindo o sussurro de nossas preces, chegou-nos o trepidar de caminhões que se acercavam. Pararam em frente da sinagoga; os soldados alemães que neles vinham pularam em terra, empunhando archotes, e pegaram fogo ao templo. Os que tentamos escapar através do cerco das chamas, fomos ceifados a tiro de metralhadora. Pegaram em nossas mulheres, despiram-nas, e fizeram-nas correr assim, às chicotadas, em volta da praça do mercado. Antes de findo o nosso Dia de Penitência, todos estávamos mortos. Lembrem-se de nós!”

“Em Wloclawek, os alemães chegaram também quando estávamos entregues às nossas preces. Arrancaram os chalés da oração de sobre as nossas cabeças e, à ponta de

baioneta e a vergalhadas, obrigaram-nos a usá-los como esfregões para limpar as latrinas dos soldados nazistas. Ao por do sol éramos todos mortos. Lembrem-se de nós!”

“Em Mogielnica, em Brzeziny, em Wengrow, e em muitos outros lugares onde vivíamos no respeito das leis, ganhando o pão com o suor do nosso rosto, e sem causarmos dano a quem quer que fosse, os alemães chegaram da mesma maneira, empunhando achotes e baionetas, para nos humilhar primeiro, e matar-nos depois lentamente, e assim poderem gozar por mais tempo o espetáculo dos nossos padecimentos”.

“Em Varsóvia levamos o ano de 1941 contando nossos mortos: ao fim dos doze meses eles eram 72.279, na maioria fuzilados. Mas muitos milhares foram assassinados com baionetas, pelo crime sem nome de serem surpreendidos rezando pela libertação. Lembrem-se de nós!”

“Em sete meses, a contar de junho de 1941, 60.000 fomos chacinados na Bessarábia e na Bucovina. Mais do que isso foram mortos só em Minsk, na Rússia Branca. Pendíamos, enforcados, das janelas; éramos queimados vivos nos porões, e espancados mortalmente nos mercados: foi esse um tempo de grandes celebrações para os alemães”.

“Lembrem-se de nós, os que fomos encurralados, em França, na Holanda e na Bélgica, a bordo dos trens que partiam para o Leste. Morremos de pé nos vagões, porque não havia pão, nem ar, nem água. Os que sobrevivemos, fomos mandados para a Transnístria, e ali perecemos lentamente de privações, sob o olhar vigilante de alemães e rumenos”.

“Milhares de nossos corpos se encontram ainda hoje nas águas do Dnieper, e por muito tempo ninguém poderá beber água desse rio, ou nadar nele. Porque nós ainda ali estamos presentes. E também isto é um artigo de libelo contra nós, que empeçonhamos as águas com os nossos cadáveres!”

“Lembrem-se de nós, os que estávamos na Ucrânia. Aconteceu aqui que os alemães se irritaram conosco, porque a nossa liquidação lhe estava custando demasiado tempo e munição. Imaginaram então um processo menos dispendioso: levaram nossas mulheres e nossos filhos para as estradas, atados uns aos outros; depois fizeram rodar sobre os corpos amontoados os seus pesados caminhões de guerra... Morremos assim aos milhares, sob as rodas dos carros alemães, que passavam e tornavam a passar sobre corpos martirizados”.

“Lembrem-se de nós, os de Ismail, quando chegaram os rumenos: levaram dois dias numa azáfama, carregando judeus para a sinagoga. Fecharam-nos por fim todos alí. Depois os Guardas de Ferro fizeram-nos voar pelos ares.”

“Em Ungheni, na Rumânia, os alemães nos acusaram de supostos atentados contra a polícia. Fomos julgados, três mil réus. Os alemães seguiram-nos depois até nossas casas; tinham-lhes proibido desperdiçar munições com judeu. Éramos velhos e desarmados, mas ainda assim levaram dois dias a moer-nos com coronhas das espingardas e acabar-nos a vida a golpes de baionetas”.

“Lembrem-se também de nós, os que, embora não assassinados pelos alemães, cometemos suicídio por causa deles. Não se sabe quantos somos, ninguém contou: talvez 100 ou 200 mil.”

“A nossa morte a ninguém aproveitou; mas foi para nós uma felicidade morrer depressa, e saber que roubamos aos alemães o prazer, para eles supremo, de nos acabar pela tortura...”

São estas algumas das vozes; mas haverá milhares de outras...

Quando os delegados da Alemanha se sentarem à mesa da conferência de Paz, nem filhos, nem sobreviventes, nem representantes desses milhões de mortos estarão presentes para os acusar, pedir-lhes contas, aplicar-lhes justiça. E por essa altura se verá bem que os judeus só são judeus quando caem sob as coronhas dos rifles alemães, sob as rodas dos carros de guerra nazistas, ou quando pendem das varandas das cozinhas do gueto, enforcados nos cinturões de soldados do Reich... Mortos, ver-se-á que os judeus não têm governo que os represente nem que os vingue, e que nenhuma bandeira flutuará no céu do seu futuro.

Explorando o tema

Professor, o Documento

2 permite refletir sobre

as condições dos judeus,

o tratamento

direcionado a esses

povos durante o contexto

de expansão territorial

alemã. É possível a partir

da leitura do documento

dialogar com a disciplina

de geografia, dar a leitura

mapas para que os

estudantes localizem

lugares citados no texto,

bem como ampliem seus

conhecimentos sobre a

composição sócio

espacial da Europa

durante a Segunda

Guerra Mundial.

Só isso que aqui fica escrito - e o mais que sobre eles se escreverá - há de ser como um eco longínquo da voz dos mortos, que o vento levará, através das janelas abertas, ao Pretório da Paz.

DIALOGANDO

- 1 – Qual a ideia central discutida pelo autor do texto?
- 2 – É possível afirmar que o texto apresenta denúncia à forma de tratamento dada pelos nazistas aos judeus? Se sim quais? Explique.

Conexão com a Rede

O texto *Lembrem-se de nós!* de Ben Hecht, documento 3 alude a um tempo de paz vindoura onde os alemães deverão sentar-se à mesa com os vencedores para um acerto de contas. O texto inicialmente publicado pela revista *The American Mercury*, condensado e incluído na edição de maio de 1943 de *Seleções*, denunciava a situação de perseguição vivida pelos judeus no contexto das invasões alemãs.

Antes do término da guerra, houve quem dissesse que o extermínio de judeus era invenção da propaganda antinazista, mas, com o fim do conflito descobriram-se inúmeras provas desse crime contra a humanidade. Em 1942 paralelamente aos campos de concentração (locais onde os prisioneiros trabalhavam como escravos), os nazistas criaram campos de extermínio, locais onde um grande número de pessoas, especialmente judeus, eram mortos. Esses campos de extermínio estavam ligados à “solução final”, nome que os nazistas deram à sua decisão de exterminar todos os judeus da Europa.

Em 1961 o diretor Erwin Leiser, aproveitando-se de imagens dos arquivos secretos da guarda de elite alemã produziu o documentário *Minha Lutai*, narrativa que mostrou a ascensão e queda de Adolf Hitler. Em meio às imagens, várias sequências mostram o tratamento dispensado aos judeus, nos guetos, nos campos de concentração e nos campos de extermínio.

Recortamos e disponibilizamos uma sequência do documentário para exibição em sala de aula, oportunizando um aprofundamento sobre a questão.

O material está disponível em <https://drive.google.com/open?id=1jxnJYeNH-eGLJIf-gl7g5COtOLGN07tG>

DOC. 4 – TEMA: NAZISMO E COMUNICAÇÃO

Imagem 4 – Anúncio publicitário RCA Victor.



Frau Holtz recebe um visitante americano....

[a despeito da acha do carrasco!]

Até à data em que o seu Hans morreu—pela glória do Fuehrer—num ponto indeterminado da frente oriental, há dois meses, Frau Holtz conhecia bem pouco do mundo fora da Alemanha...

Mas quando seu último filho seguiu o caminho dos dois irmãos mais velhos, ela compreendeu que *tinha* de saber certas cousas. E uma noite deu volta a um botão, dando entrada em sua casa a um visitante americano. Foi então que a luz se fez no seu espírito: a compreensão amarga da traição.

* * *

Esta noite,—na Alemanha, em França, na Checoslováquia—mil outras Frau Holtz escutarão a voz proibida da RCA-NBC, através das suas estações internacionais de onda curta: WNBI e WRCA... E isso

ainda que, nos cárceres da Gestapo, as espere o chicote ou a acha do carrasco, se forem apanhadas a escutar.

* * *

De todos os usos dados ao material de rádio RCA no curso desta batalha suprema entre a liberdade e a tirania, a maior a que o mundo já assistiu,—êsse nos orgulha imensamente. Porque êsse material não só está contribuindo para dominar a força física dos inimigos da América—mas ajudando também a predispor os espíritos de todo o mundo para uma paz duradoura e justa,—dizendo às Frau Holtz que o inimigo delas não está dêste lado, mas na própria terra delas.

Captem os programas RCA Victor de onda curta, emitidos pelas estações WRCA e WNBI—9.670 e 11.780 kcs.



RCA VICTOR

RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., E. U. A.

Texto I:

Frau Holtz recebe um visitante americano

Até à data em que o seu Hans morreu - pela glória do *Fuehrer* - num ponto determinado da frente oriental, há dois meses, Frau Holtz conhecia bem pouco do mundo fora da Alemanha... Mas quando seu último filho seguiu o caminho dos dois irmãos mais velhos, ela compreendeu que *tinha* de saber certas cousas. E uma noite de uma volta a um botão, dando entrada em sua casa a um visitante americano. Foi então que a luz se fez no seu espírito: a compreensão amarga da traição.

DIALOGANDO

1 – O cerceamento da liberdade de expressão e de imprensa é característico nos regimes ditatoriais. Pesquise sobre os principais regimes ditatoriais conhecidos (nazismo, fascismo, stalinismo) e elabore um relatório com as principais formas de censura estabelecidas por esses regimes.

2 – É possível afirmar que na atualidade, com novas formas de mídias (TV, Internet) ainda existam países que promovem censuras à expressão e comunicação? Pesquise e promova um debate em sala de aula socializando as informações coletadas.

Explorando o tema

O anúncio em questão pode ser trabalhado, em sala de aula, explorando a imagem que trás representação de uma senhora alemã apreensiva junto ao aparelho de rádio, um dos principais meios de comunicação na década de 1940. O título do anúncio “Frau Holtz recebe um visitante americano...” remete à ideia de liberdade de expressão americana propagada pela revista *Seleções* e que estaria vinculada aos programas de rádio e às notícias vindas de outros meios que não fossem alemães.

A linha editorial de *Seleções* do *Reader's Digest* seguia objetivos definidos pelo governo dos Estados Unidos na política de “boa vizinhança”. Ao veicular informações sobre o nazismo, a revista buscava chocar seus leitores, convencendo-os da existência de um lado bom e um lado mau. Convertia-se nazismo alemão em um regime que deveria ser combatido.

Nos dias atuais, diversos meios de comunicação, inclusive as redes sociais por meio de seus usuários, propagam informações. Ao incentivar os/as estudantes a pesquisa sobre os meios de comunicação, desenvolva um estudo voltado para as *fake news*, buscando estratégias de combates as notícias falsas.

Construindo Narrativas

Professores/professoras, antes de articular a turma para a produção de narrativas sobre os conteúdos abordados nesse material, propõe-se uma reflexão sobre a importância das narrativas na educação a partir da leitura do artigo de José Moran, professor e pesquisador de inovações na educação. O artigo “Construindo novas narrativas significativas na vida e na educação” está disponível em:

<http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2016/04/construindo.pdf>

Depois da análise de documentos e um amplo debate, considerando os aspectos contextuais em que a revista Seleções estava inserida, no passado, e os aspectos contextuais em que os estudantes estão inseridos, no presente, é hora de organizar com os/as estudantes a construção de narrativas.

As narrativas são linguagens que contribuem para tornar significativa a aprendizagem na vida dos estudantes por meio da interação e pela reelaboração das diversas experiências (BRUNER, 2001).

Para realizar esse trabalho, é necessário levar em consideração que cada estudante vive em nível sócio econômico distinto, em diferente nível de acesso às tecnologias. Por isso, sugerimos que, dentro das possibilidades, a/o professor/professora se certifique das condições dos/das estudantes para escolher a forma adequada de desenvolver as atividades.

Se a escola conta com laboratório de informática, o/a professor/professora pode propor a construção coletiva de um *blog*.

Divida a turma em grupos; divida o blog em seções; estabeleça as tarefas de cada grupo. Estimule a colaboração entre os/as estudantes para que aqueles que entendem da tecnologia ajudem e ensinem os colegas, que não dominam a tecnologia, a usá-la.

Se o colégio não possui laboratório de informática, organize um jornal, onde cada grupo fica responsável por uma seção. Estabeleça os temas de cada seção, estimule os/as estudantes a colaborarem com ideias e com o desenvolvimento da editoração.

Outra forma de narrativa pode ocorrer a partir da produção de vídeos, por meio das câmeras dos celulares dos/das estudantes. Cada grupo escolhe uma forma de produção (telejornal, fazendo a releitura de alguns dos temas; encenação; documentário, entre outros).

Em último caso, a narrativa também pode ocorrer de forma individual, a partir da produção textual conforme modelo disponibilizado na sequência.

ATIVIDADE PROPOSTA – PRODUÇÃO DE TEXTO

ALUNO:_____ **DATA**_____ **TURMA:** _____

Com base nas leituras, análises, debates sobre os documentos 1, 2, 3 e 4, elabore um texto explicitando as principais características do regime nazista relacionando-os aos seus conhecimentos prévios e às informações do livro didático.

[illegible]



Eixo 2

Política de boa vizinhança e esforço de Guerra

Sobreposição de imagens desta página: Recorte de anúncio publicitário "Alô Amigos" Pan American. Fonte Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo VI, nº 31, agosto de 1944. P. 118. E, 'a Águia' recorte de anúncio publicitário Lycoming Motores de Avião. Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, nº 19, agosto de 1944. P. 159.

Um texto para começar

A “POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA” E O BRASIL

Nos anos de 1930 e 1940, o governo do presidente Roosevelt pôs em prática uma política de aproximação com a América Latina conhecida como “política da boa vizinhança”. O texto a seguir aborda esse assunto:

No esforço de conquista de aliança para a guerra, os Estados Unidos intensificaram sua política de “boa vizinhança”. [...]

Essa política de alianças, baseada na “boa vizinhança”, deveria ir além de seus aspectos diplomáticos e econômicos. [...] Assim, os principais objetivos da política [...] norte-americana para com seus “bons vizinhos” continentais não se limitariam a garantir a liderança política [...] mas também incluíam a disseminação do *American Way of Life*, através da divulgação dos valores culturais e ideológicos do capitalismo liberal norte-americano.

À medida que a sombra da guerra se espalhava pela Europa e atingia o Norte da África, e o Eixo conquistava, cada vez mais, simpatizantes na América do Sul, os esforços norte-americanos para garantir o apoio latino-americano às suas políticas iam sendo ampliados.

[...] Das medidas de “boa vizinhança” empreendidas, as mais visíveis foram aquelas de caráter cultural. Hollywood “descobriu” a América latina e vários filmes foram feitos utilizando suas temáticas, cenários e atores. No Brasil, a presença de Carmem Miranda em películas de Hollywood, a criação do personagem Zé Carioca, por Walt Disney, e a produção nunca acabada de um filme do cineasta Orson Welles, tornaram-se as “contribuições” mais notórias. [...]

Contudo, por mais que se apresentasse como uma via de mão dupla, na verdade a política de “boa vizinhança” consistiu na disseminação unilateral de valores e produtos de consumo norte-americano. [...] A essência de todos os programas de intercâmbio era clara: os norte-americanos eram aqueles que ensinariam os irmãos latinos a crescerem e se desenvolverem como nações em todos os sentidos [...]. Enquanto isso, a contrapartida latino-americana, e do Brasil, em particular, era enviar recursos materiais estratégicos e oferecer suas culturas nacionais “exóticas” para o entretenimento [...] das massas consumidoras norte-americanas. A curta duração desse intercâmbio mostra quão pragmática, para os Estados Unidos, foi essa aproximação. [...]

Fora da área econômica, política e estratégica, as principais consequências, para o Brasil, dessa política de “boa vizinhança”, foram, por outro lado, a consolidação do imperialismo cultural, principalmente com a difusão dos produtos da indústria de entretenimento e, por outro lado, a instituição definitiva do norte-americanismo como paradigma cultural, em substituição ao paradigma europeu (principalmente o modelo francês, até então padrão de “civilidade” cultural das elites urbanas do país).

Fonte: FERRAZ, Francisco Cesar. **Os brasileiros e a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. p. 28-32.

Explorando o tema

Para melhor compreensão dos propósitos do governo dos Estados Unidos para com os países latino-americanos na intenção de estreitar suas relações é necessário conhecer o papel desenvolvido pela agência norte-americana, conhecida aqui no Brasil como Birô Internacional.

Fundada a partir de uma parceria público/privada, na representação do presidente Franklin Roosevelt e o empresário Nelson Rockefeller, a *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (Coordenador de Assuntos Interamericanos) (OCIAA) era formada por quatro divisões: a de comunicações, que incluía as seções de rádio, cinema, imprensa; a de comércio e finanças; de saúde que tinha como foco os programas sanitários e a divisão de relações culturais (MOURA, 1984, p. 9-15).

A Divisão de Comunicação e Informação foi o principal veículo para divulgar informações positivas sobre os Estados Unidos nos países latino-americanos. A tática de propaganda da agência abrangia a publicação de folhetos, pôsteres e artigos sobre as relações interamericanas para as principais publicações brasileiras (MONTEIRO, 2006, p. 61).

Em 1942, a agência formulou um projeto, chamado *Cooperation with U.S. Advertisers in the other American Republics* (numa tradução livre: cooperação com anunciantes dos Estados Unidos nas outras repúblicas americanas) em conjunto com o Departamento de Comércio, de Tesouro e de Estado dos Estados Unidos, sugerindo que industriais, comerciantes e exportadores estadunidenses não deixassem de anunciar, apesar das dificuldades de se atender aos pedidos no período da guerra e que, em seus anúncios, publicassem mensagens que remetessem à política da boa vizinhança (MONTEIRO, 2006, p. 64).

O objetivo era garantir reserva de mercado para o pós-guerra, quando era necessário solidificar as marcas de produtos dos Estados Unidos nas outras repúblicas. Além do mais, a agência acreditava que a propaganda feita por exportadores norte-americanos durante a guerra poderia contribuir para explicar as razões da escassez de determinados produtos, fazendo com que a população pudesse solidarizar-se com o esforço de guerra e aprender a conservar os produtos mais escassos. Indiretamente, a manutenção dos anúncios publicitários foi fundamental para a sobrevivência da maioria

dos meios de comunicação da época (MONTEIRO, 2006, p. 65).

Nesse sentido, percebem-se, por meio de análise das peças publicitárias, os reflexos da política externa dos Estados Unidos em se aproximar dos países da América Latina introduzindo um discurso que, ao mesmo tempo, divulgava o estilo de vida americano, preconizava a liberdade, democracia, um futuro de paz e prosperidade que só se consolidaria pela união das Américas.

O Eixo dois tem como tema a “*Política de Boa Vizinhança*” e *Esforço de Guerra*, e a revista *Seleções do Reader's Digest* teve papel fundamental na divulgação dos valores estadunidenses no Brasil, dentro desse contexto histórico.

Neste eixo, apresentaremos diferentes anúncios publicitários divulgados nas páginas da revista *Seleções*. No contexto da sala de aula, ao analisar um artigo ou um anúncio publicitário, o/a estudante deve, inicialmente, estar consciente de que cada veículo de comunicação carrega em si mensagens que agregam e alteram hábitos e pensamentos, inserindo novos significados. Por exemplo, as peças publicitárias, ao anunciar um novo produto, busca incorporar no leitor o uso do produto em seu cotidiano, naturalizando-o. O mesmo ocorre com as ideias difundidas, há nas mensagens dos artigos a difusão de valores categorizando o que é bom e o que é mau.

REFERÊNCIAS

MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. **A Guerra como Slogan**: visualizando o *Advertising Project* na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader's Digest* (1942-1945). Rio de Janeiro, 2006. 174 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

TEMA: QUEM SÃO OS INIMIGOS?

DOC. 1 – ANÚNCIO LOCKHEED

O RAIO FULMINANTE . . .

Rápido e fulminante como o raio, de que toma o nome; prodígio de agilidade a elevadas altitudes—o Lockheed *Lightning* é um interceptor de “nervos de aço”, uma aeronave construída para atingir novos tetos de altitude—e manter-se lá por cima, dando e levando com vigor! É o avião próprio para deter os bombardeiros inimigos,—sejam eles de mergulho ou de grande raio de ação, a

baixas ou grandes altitudes,—antes de poderem alcançar os seus objetivos. Construído também para escolta e combate ao lado de nossos próprios bombardeiros, é o avião próprio para varrer os céus inimigos e policiar nossos próprios céus, ao lado de outros rijos aparelhos de combate, de construção americana, voando ao serviço das Nações Unidas, para conquistar a supremacia aérea nesta guerra.

COM *Lockheed* SEMPRE NA VANGUARDA

Lockheed Aircraft Corporation • Burbank, Califórnia, E.U.A.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo II, nº 6, julho de 1942. p. 117.

DOC. 2 – ANÚNCIO LOCKHEED: CAÇANDO JAPONESES

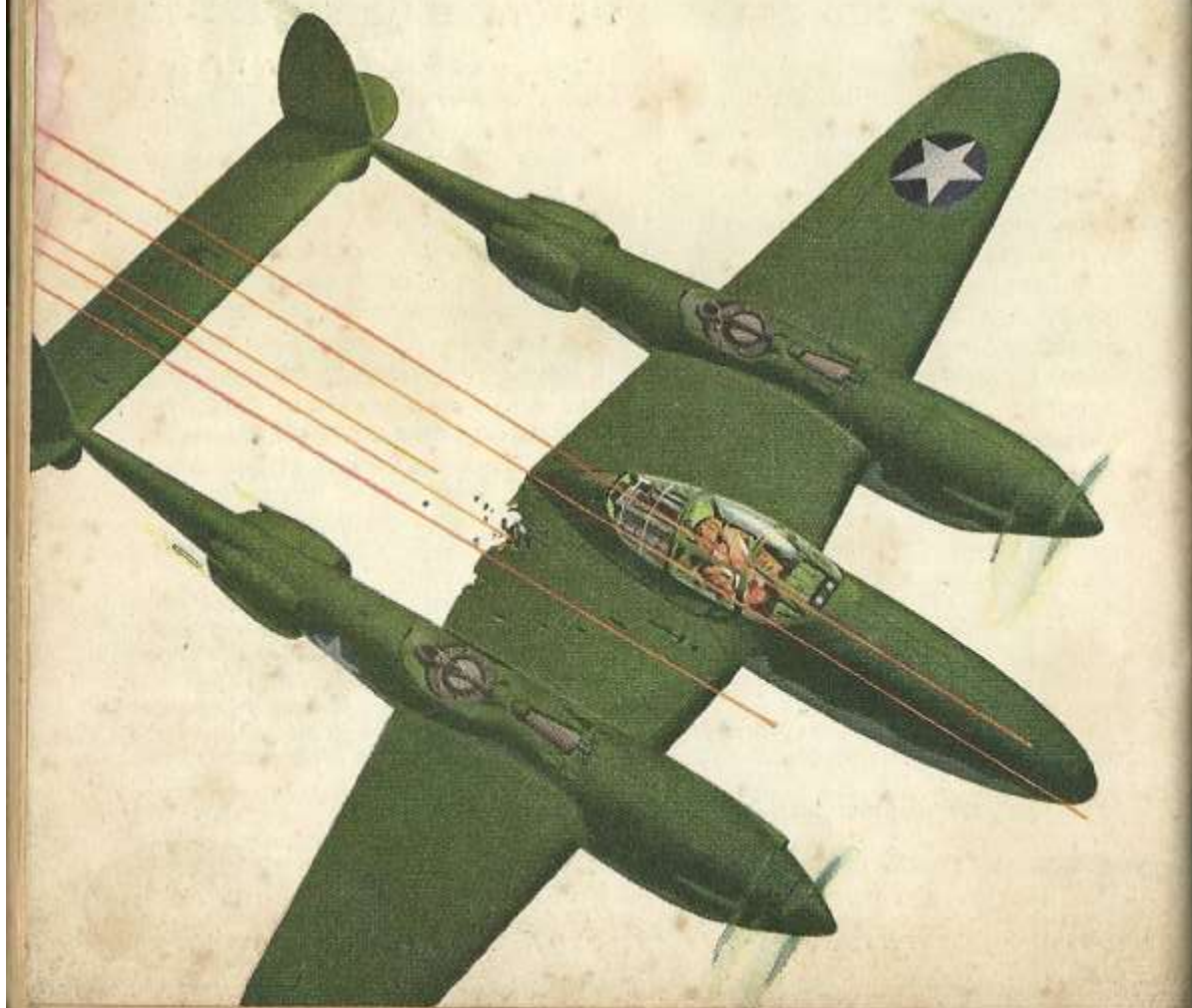
CAÇANDO JAPONESES SEM UM SÓ CANHÃO

Armado de máquinas fotográficas em vez de canhões, um P-38 Lockheed Lightning fotografava a base japonesa de Rabaul. Subitamente dez aviões japoneses, tipo Zero, surgem da banda do sol. Antes que o piloto desse acordo de si as balas traçadoras atingiram-lhe o avião, paralisando um dos motores.

Com um motor apenas, o piloto ainda conseguiu subir oito quilômetros e safar-se, para ser atacado 600 quilômetros mais adiante, por três outros Zeros. De novo o piloto logrou escapar a seus inimigos — chegando finalmente à Nova Guiné com fotografias que vieram a ser de importância vital para a vitória do Mar de Coral.

O Lightning é usado para expedições de reconhecimento fotográfico porque pode voar mais depressa, mais longe e mais alto que qualquer avião de caça inimigo. Pode aguentar muita pancada e ainda assim completar sua missão. Essas qualidades são o resultado de meses de estudo e mais meses de testes. *Antes* de começar a fabricá-los, experimentamos todos os novos tipos nos nossos tuneis de ensaio, e assim conseguimos garantir a perfeição básica de desenho que dá aos aviões Lockheed e Vega a sua extraordinária resistência e durabilidade. Lockheed Aircraft Corporation, Vega Aircraft Corporation, Burbank, California, E.U.A.

Com **Lockheed** sempre na vanguarda



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo III, nº 19, agosto de 1943. p. 143.

DOC. 3 – RCA VICTOR: NA BATALHA DA PRODUÇÃO



NA BATALHA DA PRODUÇÃO

Há mais de dois anos que os gerentes da RCA Victor vêm se esforçando para pôr a sua empresa em pé-de-guerra

Já em setembro de 1939, quando o macaréu sanguinolento do nazismo devastou a Polônia, a RCA Victor reconheceu imediatamente o papel que a sua utensilhagem viria a desempenhar numa guerra em que a rapidez e a coordenação das comunicações tinha tão alta importância. Foi esta uma das primeiras empresas a manufaturar materiais destinados a auxiliar as Nações Unidas, pelo sistema do arrendamento-empréstimo.

Quatro meses antes do ataque a Pearl Harbor, a RCA Victor dizia aos seus clientes: "Para a RCA Victor, a Defesa Nacional está em primeiro lugar. Ao lado dela, nada mais nos parece importante."

Atualmente, estamos trabalhando de dia e de noite para a defesa da liberdade. O material de rádio RCA Victor, as válvulas RCA e os instrumentos especiais de RCA Victor, estão-se batendo nas frentes de guerra.

Recebemos da Marinha de Guerra dos E. U. A. a invejada Flâmula "E"—emblema de excelência no labor pela defesa nacional—a mais alta honra que a Marinha dos Estados Unidos pode conferir a qualquer industrial.

V. S. tem a sua quota-parte nessa honra—é digno de nossa gratidão. Porque V. S., e milhares de outros compradores Norte e Sul-Americanos dos produtos RCA Victor, tornaram possível, pelas suas compras do passado, a experiência e a qualidade da utensilhagem com que nós estamos hoje trabalhando.

Captem os programas RCA Victor de onda curta, emitidos pelas estações WRCA e WNBI—11.890 e 9.670 kcs.

RCA VICTOR

RCA MANUFACTURING COMPANY, INC., CAMDEN, N. J., E. U. A.

RCA Victor Brasileira—Caixa Postal 2726, Rio de Janeiro, Brasil

DIALOGANDO

O uso das peças publicitárias, enquanto fonte, pode ter variadas temáticas: relações de trabalho, industrialização, saúde, alimentação, lazer, etc. É preciso retirar os elementos do anúncio e relacioná-los ao contexto histórico de sua produção.

Uma tabela¹² como a que segue, pode ser útil na coleta de dados.

.Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

Distribua entre os/as estudantes cópias dos documentos 1, 2 e 3, e uma cópia da tabela acima com espaço para que possam escrever suas impressões sobre os documentos analisados. Depois, projete as imagens por meio de um *Datashow*, promova uma roda de conversa para que os/as estudantes possam apontar detalhes nas imagens e trocar informações.

A partir dos documentos é possível detectar o uso da publicidade e dos meios de comunicação pela política. Os meios de comunicação de massa podem ser vistos como instrumentos de convencimento destinados a “inculcar” valores e crenças; eles foram amplamente usados pelo nazismo, fascismo, varguismo e peronismo. O governo americano também se valeu desse instrumento para difundir valores.

Com base nas impressões dos alunos e nos debates gerados a partir da análise das imagens, incentive os/as estudantes para o desenvolvimento de uma pesquisa sobre o uso dos meios de comunicação pela política, no Brasil na década de 1940. Peça para que identifiquem como os meios de comunicação são usados na atualidade.

Dica: os/as estudantes também produzem, reproduzem e difundem informações, inclusive informações políticas. Aprofunde o tema explorando o uso das redes sociais para fins políticos, notícias falsas, a produção de *memes* que projetam imagens negativas de personalidades políticas.

¹² JASKIU, Janaina. **Papéis em revista:** ensino de História e as representações de gênero na publicidade da revista O Cruzeiro (1930-1975). Ponta Grossa, 2018. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa. p. 167.

TEMA: POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA”

DOC. 1 – NATIONAL: “UM IDIOMA COMUM”



**UM IDIOMA COMUM
É UM NOME BASTANTE
CONHECIDO NAS AMÉRICAS**

O DINHEIRO, como medida de valor em todos os países, fala um idioma que todos o entendem. Seja qual for o nome que lhe dêem, ele fornece os meios de compra para as necessidades e coisas agradáveis da vida, para fazer o bem, e em geral, permite a continuação dos negócios essenciais ao bem-estar dos povos no hemisfério Americano.

Porem, a despeito do muito trabalho que dá o ganhá-lo, ou de que se haja ganho com merecimento—o dinheiro é impessoal. Tê-lo, não é prova de que o possuímos.

A posse do dinheiro deve ficar estabelecida por outros meios. Por isso é que é necessária uma garantia apropriada e um registro exato, onde quer que haja transações, posse, dívida, ou câmbio de dinheiro.

Esses registros essenciais e essa proteção e informação vitais são eficiente e economicamente obtidos com o uso de produtos designados para este fim, e que são bem conhecidos em lojas e estabelecimentos, grandes e pequenos, em todos os países das Américas—do Sul, Centro e do Norte.

Esses produtos são as Caixas Registradoras e Máquinas de Contabilidade National.



CAIXAS REGISTRADORAS • MÁQUINAS DE CONTABILIDADE
RUA CHILE No. 31 • RIO DE JANEIRO

ESCRITÓRIOS FILIAIS

Belém, Pará	Campos, Rio de Janeiro	Porto Alegre,	Santos, São Paulo
Belo Horizonte, Minas	Curitiba, Paraná	Rio Grande do Sul	São Paulo
Gerais	Fortaleza, Ceará	Recife, Pernambuco	São Salvador, Bahia

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest* Tomo III, nº 16, maio de 1943. p. 149.

DOC. 2 - UNITED STATES RUBBER COMPANY: POR QUE LUTAMOS?



POR QUE LUTAMOS?

Lutamos para que haja liberdade no mundo . . .
 Para que os homens sejam e se sintam LIVRES . . .
 LIVRES para a prática de sua religião . . .
 LIVRES para expressar suas idéias e opiniões . . .
 LIVRES da miséria econômica . . .
 LIVRES de todo temor de opressão . . .
 Lutamos para preservar a dignidade humana . . .
 para abater a prepotência bestial que se ergue
 contra todos! Lutamos para favorecer o verdadeiro
 progresso, para estabelecer a igualdade de direitos
 . . . concórdia e fraternidade entre os povos!

UNITED STATES RUBBER EXPORT CO., LTD.
Fabricantes dos pneumáticos Royal
 1230 SIXTH AVENUE, NOVA YORK, E.U.A.



Para isso, os operários, cientistas, empregados, todos os que fazem parte da United States Rubber Company, dedicam seus melhores esforços, todas as suas energias à produção de equipamento para as Nações Unidas. Se hoje faltam pneumáticos e outros artigos de borracha para uso civil, é porque o material básico está sendo utilizado para forjar a Vitória!



No Canadá: Dominion Rubber Co., Ltd.

DOC. 3 – ANÚNCIO COCA-COLA



Beba
Coca-Cola
MARCA REGISTRADA
Bem gelada

Um costume agradável

“Coca-Cola” bem gelada possui o dom especial de tornar qualquer reunião mais amigável. Quando se está entre amigos, é um costume agradável o da... *pausa que refresca*, com “Coca-Cola” bem gelada.

**QUALIDADE DIGNA
DE CONFIANÇA**

COPYRIGHT 1943 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA

UNIDOS HOJE  UNIDOS SEMPRE



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo V, Nº 24, janeiro de 1944, p. 140.

DOC. 4 – TEXACO: “ÀS SUAS ORDENS”

**ÀS
SUAS ORDENS**

para o abastecimento de melhores produtos de petróleo

Procedentes de milhares de poços de petróleo da Texaco, passando por uma enorme rede de canos condutores, os preciosos óleos crus veem se transformar por refinação em combustíveis e lubrificantes de primeira qualidade... preferidos em tantas industrias de importancia bélica.

THE TEXAS COMPANY
e seus distribuidores

TEXACO
MARCA
REG.

UNIDAS HOJE
PARA UNIDAS SEMPRE

TEXACO PRODUTOS DE PETROLEO

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo IV, Nº 21, outubro de 1943, p. 139.

DIALOGANDO

Sugestão: Separe a turma em quatro grupos; distribua um documento para cada grupo analisar. Utilize a tabela¹³ abaixo para que um representante de cada grupo registre as impressões.

Após um tempo determinado, com a imagem do documento projetada no *Datashow*, cada grupo socializará a análise.

Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

Após a socialização, o/a professor/professora, com base na dinâmica, conduzirá alguns questionamentos para aprofundamento do tema e do debate:

- 1 – Quais os elementos comuns nos quatro documentos?
- 2 – Quais os valores promovidos?
- 3 – Na atualidade, é possível perceber uma identificação cultural entre os países latino-americanos?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 4 permite dialogar com os tempos atuais por meio de questões que envolvem as políticas externas adotadas pelos Estados Unidos. Por exemplo, a pretensão de se construir um muro na fronteira com o México como medida para conter a imigração.

Para saber mais acesse: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/15/veja-como-os-eua-vaao-construir-o-muro-na-fronteira-com-o-mexico.ghtml>

Incentive os/as estudantes a assistirem a reportagem “A Besta”, produzido pela Rede de Televisão Record, sobre as dificuldades de quem tenta entrar nos Estados Unidos para conseguir condições sociais melhores. Acesse:

<https://www.youtube.com/watch?v=AJ74mXMs9lo>

¹³ JASKIU, op. cit., p. 167.

Sugestão de Leitura

A AMÉRICA LATINA

Surgida como apêndice da economia europeia, no contexto da expansão marítima ibérica, a América Latina constituiu-se a partir do olhar estrangeiro ao longo dos séculos de colonização. Aqui se encontraram espanhóis, portugueses, africanos, indígenas e outros, existindo, entre estes, nítidas relações de poder que conformaram a organização social e ditaram rumos culturais e históricos. A própria ideia de uma América caracterizada como Latina é expressão do domínio colonial sobre as terras do Novo Mundo, em detrimento dos povos nativos ou daqueles trazidos como escravos [...].

Como registro formal, o termo América Latina tem seu primeiro uso em 1856, no poema *Las Dos Américas*, do escritor colombiano José María Torres Caicedo, no qual o autor contrapõe a América Latina à América de colonização inglesa. [...]

A unificação em torno desse nome, apesar de tamanha diversidade, veio a partir de sua oposição à Europa e aos Estados Unidos da América (EUA), estes tidos como legítimos representantes da Modernidade. Observa-se, assim, que o agrupamento dos países latino-americanos no discurso histórico vem sempre acompanhado dos distintivos de sua antimodernidade: o subdesenvolvimento visto como atraso moral, cultural, intelectual e, conseqüentemente, político e econômico. [...]

Para falarmos sobre integração e identidade latino-americana, é essencial uma incursão na história da América Latina e da relação desses países entre si. Entretanto é preciso considerar a interação das nações de colonização hispânica entre si e o caso do Brasil, por sua matriz lusitana. [...]

Tomando em perspectiva as diferenças, devemos encará-las como construções históricas e políticas que, em parte, responderam pelo afastamento do Brasil do restante da América Latina e por dificuldades na integração. Após a independência da maioria dos países latino-americanos, o Brasil se orgulhava por ser a única monarquia no subcontinente e valorizava seus vínculos com a Europa. [...]

Ao longo do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, intelectuais latino-americanos se ocuparam com a tarefa simultânea de investigar e criar identidades nacionais. Na afirmação do nacional, a diferenciação dos países vizinhos era elemento essencial. O outro europeu se transformou em interlocutor constante (mesmo quando desinteressado) no processo de formação cultural de suas antigas colônias. [...]

Nas décadas de 1950 e 1960, a identidade comum latino-americana voltou a tornar-se relevante, agora na relação com os EUA. É no período do pós-Segunda Guerra Mundial que o termo América Latina de fato se consagrou. [...]

Nas últimas três décadas, a temática da integração latino-americana tem sido bastante abordada, sobretudo com a aproximação entre Brasil e Argentina ao longo da década de 1980, período de redemocratização em ambos os países, que culminou com a criação do Mercosul, em 1991 (Santos, 2005). O processo de formação de blocos regionais, nesse período, baseou-se fundamentalmente na integração econômica. [...]

ALVES, Cândida Beatriz; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira. Identidade, universidade e integração na américa latina: um estudo de psicologia. *Psicol. rev. (Belo Horizonte)*, Belo Horizonte , v. 24, n. 3, p. 855-874, dez. 2018 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682018000300012&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 08 mar. 2020.

Texto completo também disponível em: <https://drive.google.com/open?id=1f-yJrNBI8KuawSTCHQmb856XQkou52gJ>

TEMA: POLÍTICA DE “BOA VIZINHANÇA” E ESFORÇO DE GUERRA

DOC.1 – A GUERRA TEM SEU LADO BOM

Vejamos o que oferece o futuro – em ELETRÔNICA

A guerra tem seu lado bom



Das cinzas da guerra começam a surgir maravilhas – coisas que prometem benefícios enormes à humanidade – como a *Eletrônica*, a ciência que virá iluminar no futuro os passos do gênero humano.

O trabalho será mais fácil, e mais agradável a existência; poderemos disfrutar de inúmeros confortos . . . Novos rádios, geladeiras, e muitos outros utensílios elétricos para o lar – todos simplificados e melhorados graças à *Eletrônica* – farão sobressair o gênio dos técnicos da Westinghouse, cujos triunfos no campo da Eletrônica metamorfosearão as calamidades da guerra em benefícios incontáveis, quando soar a hora da Paz.

A Westinghouse está sempre na vanguarda dos inventos e realizações destinados a transformar nossa vida futura. O labor de nossos cientistas – no domínio da Eletrônica e das Matérias Plásticas – dará ao mundo o fruto de tantas novidades já hoje postas em prática, de tantos progressos que já hoje são realidade. Quando tivermos ganho esta guerra, o distribuidor da Westinghouse oferecerá a V. S. uma infinidade de produtos que constituirão o melhor da vida moderna. No ínterim, todos os nossos esforços estarão concentrados na tarefa dos homens livres: alcançar a Vitória. Westinghouse Electric International Company, 40 Wall Street, Nova York, E. U. A.

Westinghouse

Estabelecida em 1886



“PRIMEIRA no Passado...PRIMEIRA no Futuro”

DOC. 2 – PHILCO: BANDEIRA DE BATALHA



BANDEIRA DE BATALHA

para os Soldados Philco de Produção

Simbolos da sociedade vital entre os soldados da frente e os soldados da produção, estas bandeiras de honra têm sido conferidas aos homens e mulheres de Philco por alto desempenho em produção para a guerra.

Nos laboratórios Philco e suas linhas de produção, têm-se realizado para a guerra,

milagres da ciência electrónica. Ganhada a Victoria, Philco voltará á cabeça outra vez para trazer a V.S. novos radios sensacionais, receptores de televisão, refrigeradores e acondicionadores do ar nascidos destes milagres científicos. Do horror de guerra sairão para a paz, comodidades e conveniencias não sonhadas.

PHILCO

"O RADIO QUE MAIS SE VENDE NO MUNDO"

DOC. 3 – OS QUE CAEM PARA SERVIR

OS QUE CAEM PARA SERVIR!

São vidas de séculos que o lenhador derruba para que melhor sirvam à humanidade. Depois, os tratores os puxam ou os caminhões os transportam, até novo destino. Em toda sua trajetória para ser útil, esse importante produto brasileiro — a madeira — segue sob o auxílio direto de produtos petrolíferos.

E a maior parte das vezes, é Esso que está presente, garantindo qualidade e suprimento perfeito e adequado, para máquinas, instrumentos de trabalho ou motores.

Esso auxilia o progresso do Brasil.

**Standard Oil Company
of Brazil**

Um emblema
de qualidade



Um símbolo
de serviço



Fonte: Revista Seleções do Reader's Digest, Tomo IV, Nº 21, outubro de 1943, p. 144.

DOC. 4 – BORRACHA PARA LIBERDADE



A LIBERDADE!

BORRACHA PARA PNEUMÁTICOS

Todos os americanos — do Norte, Centro e Sul — estamos unidos num mesmo anelo: o de manter as Liberdades Democráticas. Nesta tremenda luta, queremos que seus defensores tenham as melhores armas para vencer.

A borracha é essencial aos modernos armamentos. Requerem-se enormes quantidades dela. Por isso há escassez de pneumáticos para uso civil... Mas os serviços indispensáveis na sua localidade não devem sofrer atrasos ou embaraços devido ao desgaste de pneus.

Consulte aos distribuidores da U.S. Royal sobre os meios de fazer com que eles durem mais. E considere que, se não há material novo é porque o estão usando os que expõem a própria vida para que a humanidade continue a ser livre!

UNITED STATES RUBBER EXPORT CO., Ltd.
Fabricantes dos Pneumáticos U. S. ROYAL
1230 Sixth Avenue, Nova York, E. U. A.



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo III, Nº 17, junho de 1943, p. 141.

DOC. 5 – PNEUS GOODYEAR



Mande verificar os seus pneus, interna e externamente, agora e cada 4.000 kms.

Verifique a pressão de ar ao menos uma vez por semana.

Verifique o funcionamento dos freios e mande ajustá-los, hoje e cada 4.000 kms.

Alterne a posição dos pneus, inclusive o sobresalente, cada 4.000 kms.

Mande verificar o alinhamento das rodas, hoje e cada 4.000 kms.

REDUZA

a marcha para ganhar quilometragem

A velocidade causa excessivo aquecimento —o pior inimigo dos pneus. Velocidade nas curvas apressa o desgaste das bandas de rodagem.

Quanto mais devagar conduzir o seu carro, maior quilometragem alcançará. Para máxima economia, siga também estas 5 regras simples e eficientes.

UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

✓ Peça ao seu Revendedor Goodyear o livreto "COMO ECONOMIZAR OS PNEUS"

PNEUS
GOOD YEAR
INDÚSTRIA BRASILEIRA

DIALOGANDO

- 1 – Destaque em cada documento elementos que permitam perceber a política de “boa vizinhança”.
- 2 – Quais elementos, de cada documento, sugerem a ideia de “esforço de guerra”?
- 3 – Que outros elementos são perceptíveis e relevantes nos documentos?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 1 permite abordar, além das questões que envolvem o esforço de guerra, as inovações tecnológicas que surgiram no contexto da Segunda Guerra Mundial.

A partir desse elemento, leve as/os estudantes para o Laboratório de Informática do colégio, ou por meio de celulares, e organize uma pesquisa sobre as inovações tecnológicas e outras invenções que surgiram no contexto da guerra.

Sugestão de *sites* de curiosidades:

<https://segredosdomundo.r7.com/10-invencoes-de-guerra-que-voce-usa-ate-hoje/>

<https://www.militarbrasil.com.br/blog/da-guerra-para-o-dia-a-dia-8-coisas-criadas-para-guerra-que-presenciamos-diariamente/>

O documento 3, anúncio da Esso, associa a derrubada de árvore à ideia de progresso. Incentive os/as estudantes a realizarem uma pesquisa domiciliar com o tema: mito do progresso. Divida a turma em dois grupos e organize um debate expondo os prós e contra sobre a ideia de progresso disseminada na mídia.

Confeccione cartazes de conscientização da importância da preservação do meio ambiente e exponha para a comunidade escolar.

Sugestão de leitura: texto do economista Gilberto Dupas, publicado na coluna Opinião do Jornal Folha de São Paulo *Mito do Progresso*. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz3005200210.htm>

Os documentos 4 e 5 apelam para que o consumidor contribua para o esforço de guerra poupando os pneus e dão dicas para aumentar sua durabilidade. O/a professor/professora pode aproveitar a referência à borracha, do documento 4, para trabalhar um tema pouco, ou não, abordado pelos livros didáticos, que foi a *Batalha da Borracha*.

Os esforços de guerra proposto pelos Estados Unidos impôs ao Estado Novo uma mobilização de trabalhadores, por meio de recrutamento e alistamento, para a extração de látex nos seringais da Amazônia o que alavancou a migração nordestina.

Organize com os/as estudantes uma pesquisa sobre o tema.

Sugestão de *links*:

<https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-do-brasil/batalha-da-borracha>

Conexão com a Rede

A pesquisadora do Departamento Social da Fundação Joaquim Nabuco, Isabel Cristina Martins Guillen, discutiu em artigo a migração de trabalhadores nordestinos para a Amazônia durante o Estado Novo (1937-1945), quando se promoveu a “Batalha da Borracha”. Organizada como uma campanha nacional, ela foi o resultado de uma série de acordos firmados com os Estados Unidos (os Acordos de Washington) que objetivavam aumentar a produção de matérias-primas estratégicas para o esforço de guerra.

Para aprofundar o conhecimento sobre o tema, o artigo de Isabel Cristina Martins Guillen, com o título *A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia durante o Estado Novo*, está disponível no endereço abaixo:

<https://drive.google.com/open?id=160JCBAKuE75XB-W1CE9wcPsy4MJdp8ep>

REFERÊNCIAS

MARTINS GUILLEN, Isabel Cristina. A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia Durante o Estado Novo. **Revista de Sociologia e Política**, [S.l.], n. 09, p. 95-102, dez. 1997. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/39301>>. Acesso em: 08 mar. 2020.

Os comunistas chineses são mesmo comunistas
significa uma Ásia também v



O REINADO VERMELHO

Os comunistas chineses são mesmo comunistas, e uma China vermelha
significa uma Ásia também vermelha



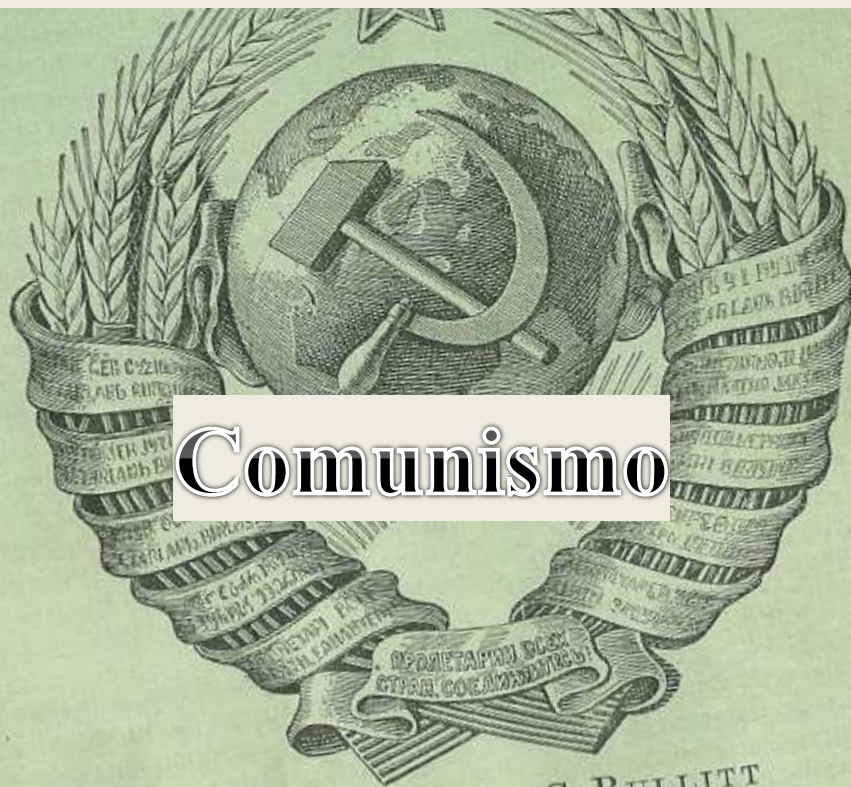
O REINADO VERMELHO NA CHINA
(Condensado de «The New Leader»)
Por Mary Knight

EM FACE AO PROBLEMA
DA UNIÃO SOVIÉTICA

Excertos do livro
Globe Itself

Eixo 3

Comunismo



POR WILLIAM C. BULLITT

Ex-Embaixador dos Estados Unidos na Rússia Soviética e na França, tendo também ocupado o posto
de Embaixador Especial do governo americano no Oriente Médio.

Copyright 1946, William C. Bullitt, publicado por
Charles Scribner's Sons, Nova York. Preço \$2.50.

Compreenderão os no
ocidental poderá de

DUAS POTÊ

(Con

Um texto para começar

COMUNISMO

O Comunismo é uma ideia que se incorporou ao imaginário do Ocidente contemporâneo, sempre colocada em oposição ao Capitalismo. Tal ideia, no entanto, tem se tornado pouco compreendida pelas novas gerações, depois da queda do bloco de países socialistas, a partir de 1989, e com a ascensão da pós-modernidade e da globalização. Embora, para muitos, o Comunismo tenha sido um projeto político que morreu com o século XX, sua importância para a História do mundo contemporâneo ainda faz dele um tema atual.

[...]

É importante ressaltar que o conceito de Comunismo difere do de Socialismo, este último atuante em diversos regimes políticos ao longo do século XX. Os termos *Socialismo* e *Comunismo*, durante a segunda metade do século XIX, eram usados indiscriminadamente como referência à luta da classe trabalhadora. [...] Mas foi somente em 1917, quando foi criada a Terceira Internacional Comunista, que esse afastamento se consolidou: nesse momento, os partidos definidos como comunistas se engajaram na ação revolucionária de derrubada violenta do capitalismo, enquanto o entendido como um movimento constitucional e mais pacífico de reformas progressivas. Por outro lado, Lenin defendia que o Socialismo era uma fase de transição que conduziria a sociedade capitalista ao Comunismo propriamente dito. Nesse sentido, o Socialismo seria uma primeira fase de domínio das classes trabalhadoras, quando estas tomariam o poder e imporiam a Ditadura do Proletariado, mas onde ainda haveria divisões de classe.

REFERÊNCIA

SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.

INTRODUÇÃO AO EIXO 3

Desde que chegou ao Brasil, em fevereiro de 1942, até 1945, quando a guerra terminou, embora não fosse explícita, a Revista Seleções do *Reader's Digest* mantinha um tom de crítica em seus artigos quando se referia aos países que adotaram regimes políticos diferentes do modelo norte-americano.

Durante o período da guerra, a revista demonstrava sua preocupação com os rumos políticos tomados pela China. Pelo fato da União Soviética estar do mesmo lado que os Estados Unidos no conflito, não havia uma abordagem direta ao regime implantado naquele país.

Com o fim da guerra e a necessidade de reorganização política, a nível internacional, os artigos da revista *Seleções*, por meio de seus analistas políticos buscam conjecturar as possíveis transformações. De 1945, com o fim da Segunda Guerra, a 1949, numa análise superficial dos títulos dos artigos que tratam de política internacional, fica claro o início da bipolaridade no discurso da revista.

Neste Eixo, elegemos alguns artigos para análise. Neles, buscamos detectar o discurso que, de alguma forma, propagou o medo e a desconfiança no regime comunista.

TEMA: O COMUNISMO SOB SUSPEITA
DOC. 1 – ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

As técnicas, uma por uma,
do comunismo

ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

(Condensado de «*Human Events*»)

Por Bertrand de Jouvenel

Ilustre jornalista francês

A TÉCNICA de anexar países e submeter-lhes os povos progrediu a passos largos num decênio. Como artista na destruição de nações, Stáline se adiantou muito a Hitler.

Rememorando a conquista da Tchecoslováquia por Hitler, lembramo-nos das tropas em marcha, dos tanques fragorosos e dos enormes desfiles que sublinhavam as conquistas. Hitler confiava em forças militares visíveis. Não houve sinal do exército russo na segunda conquista da Tchecoslováquia. Tudo fora maquinado de dentro. A técnica de Stáline revelou-se tão destra quanto a de Hitler fora canhestra. Um comentarista irônico resumiu assim o lema do Kremlin: «A submissão do povo tem que ser operada pelo próprio povo.»

Como se processa isso? Analisemos a estratégia comunista para a conquista sucessiva de nações. Reune várias fases sutis.

A primeira pode ser chamada a Operação *Hino Nacional*. Consiste em identificar o Partido Comunista com o patriotismo, e não, como antigamente, com o internacionalismo e o anti-militarismo. Na França, todos os ídolos nacionais—os grandes franceses, inclusive soberanos, outrora objeto de escárnio, são agora ostentadamente reverenciados. O aniversário de Joana D'Arc era ocasião para comemorações católicas; hoje, os comunistas fazem questão de ser os primeiros a honrar essa «admirável filha do povo». Nos Estados Unidos, Jefferson e Lincoln são agora venerados pelos comunistas.

A Operação *Hino Nacional*, por sua vez, possibilita a Operação *Unanimidade*: a constituição de uma «frente popular» contra a «reação». Na Tchecoslováquia, a «frente popular» abriu caminho para o *putsch* de fevereiro.

A Operação *Hino Nacional* e a *Unanimidade* são imensamente profícuas para os comunistas. Primeiro, o apelo às massas é enormemente exaltado. Os marxistas descobriram, aliás um pouco tarde, que o homem do povo é patriota, cioso das glórias nacionais. Durante muitos anos, o progresso dos comunistas permaneceu embargado, simplesmente porque eles desprezavam os sentimentos nacionalistas. A Operação *Unanimidade* proporciona, ademais, um ar de respeitabilidade aos comunistas. Outra descoberta dos marxistas é que o povo gosta da respeitabilidade.

Alem disso, a Operação *Unanimidade* coloca os comunistas—enquanto ainda constituem minoria—nos postos

As técnicas, uma por uma,
do comunismo

ASSIM SE SUBJUGA UMA NAÇÃO

(Condensado de “*Humans Events*”)

Por Bertrand de Jouvenel

Ilustre jornalista francês

A técnica de anexar países e submeter-lhes os povos progrediu a passos largos num decênio. Como artista na destruição de nações, Stáline se adiantou muito a Hitler.

Rememorando a conquista da Tchecoslováquia por Hitler, lembremo-nos das tropas em marcha, dos tanques que sublinhavam as conquistas. Hitler confiava em forças militares visíveis. Não houve sinal do exército russo na segunda conquista da Tchecoslováquia. Tudo fora maquinado de dentro. [...]

Como se processa isso? Analisemos a estratégia comunista para a conquista de nações. Reune várias fases sutís.

A primeira pode ser chamada a Operação *Hino Nacional*. Consiste em identificar o Partido Comunista com o patriotismo, e não, como antigamente, com o internacionalismo e o anti-militarismo. Na França, todos os ídolos nacionais - outrora objeto de escárneo, são agora ostentadamente reverenciados. [...]

A Operação *Hino Nacional*, por sua vez, possibilita a Operação *Unanimidade*: a constituição de uma “frente popular” contra a “reação”. [...]

A Operação *Hino Nacional* e a *Unanimidade* são imensamente profícuas para os comunistas. Primeiro, o apelo às massas é enormemente exaltado. Os marxistas descobriram, aliás um pouco tarde, que o homem do povo é patriota, cioso das glórias nacionais. [...] Outra descoberta dos marxistas é que o povo gosta de respeitabilidade..

Além disso, a Operação *Unanimidade* coloca os comunistas – enquanto ainda constituem minoria – nos postos críticos, de onde dominam o mecanismo do governo. [...] Para a conquista dos cargos importantes, porém, outra operação torna-se necessária. A essa nós, os franceses, denominamos, à nossa maneira crua, Operação *Cuco*. Ela visa o partido Social Democrático, ou aqueles que, nos Estados Unidos, são curiosamente chamados “liberais”.

Em todos os países europeus, os membros do partido Social Democrático constituíram poderosas organizações trabalhistas: sindicatos, agremiações juvenis, femininas, etc. Agora, num gesto de amizade fraternal, os comunistas se dispõem a repartir o seu todo com os socialistas. Confiam as diretorias aos socialistas, aceitando os cargos mais humildes de

secretaria. Stáline já demonstrou quanto se pode fazer de dentro do gabinete de secretário. É ali que se concentra o trabalho de organização e, cedo, os sindicatos são “colonizados” por comunistas.

De capital importância no processo de conquista é a Operação *Calúnia*, destinada a desmoralizar antecipadamente toda resistência ao golpe comunista. Durante a fase da Operação *Unanimidade*, os comunistas mostram-se magnanimamente dispostos a dar-se com todos. Mas, pouco a pouco, começa-se a propalar que Fulano é simpatizante fascista, anti-semita, germanófilo, “isolacionista” ou outra coisa qualquer. O rebate jamais emana abertamente dos comunistas, mas seus cúmplices repetem. A calúnia visa qualquer pessoa que, embora nem seja inimiga dos comunistas, é tida por eles como possível elemento de estrênuo resistência.

[...] Chega então o momento oportuno para a Operação *Reichstag*, assim denominada em honra a Göring, a qual consiste na descoberta de uma conspiração. Mas é preciso que se trate de uma conspiração realmente infame, envolvendo capitalistas, financistas e potências estrangeiras. Sempre que possível são implicados os nazistas, ainda hoje, devido ao horror que inspiraram. [...]

Tais são, em suma, os métodos pelos quais o comunismo procura arrebatrar o poder em toda parte.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIV, nº 80, setembro de 1948. p. 93-94.

Aprofundando o tema

Professor/professora: para interpretação do documento 1, é necessário tomar alguns cuidados para não reforçar valores negativos/positivos ou estereotipados relacionados ao comunismo. Não é função do professor/professora fazer apologia a determinados sistemas ou regimes políticos, econômicos e sociais em detrimento de outros. O objetivo a ser atingido por meio do documento 1 é refletir sobre os discursos da revista Seleções que buscavam convencer seus leitores do “perigo” representado pelo comunismo.

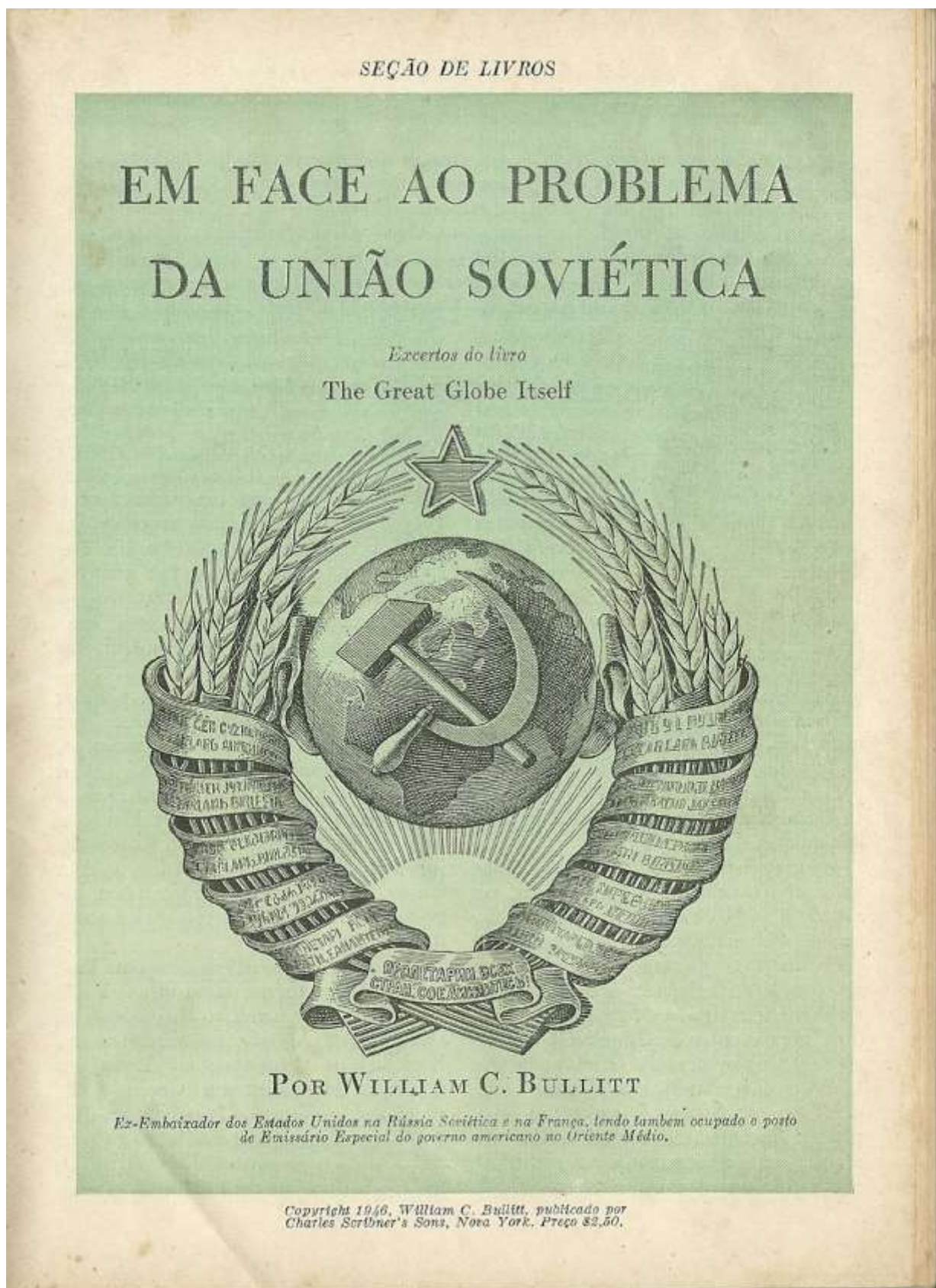
Para refletir melhor sobre o tema, mostre aos estudantes que as táticas pelas quais a revista Seleções acusa os comunistas de usarem para conseguir o poder, já foram aplicadas em outros momentos históricos, com outros objetivos. Um exemplo foi a implantação do Estado Novo por Getúlio Vargas. Exaltando o nacionalismo e plantando notícia falsa sobre um plano comunista para acabar com o regime democrático no Brasil (Plano Cohen) Vargas decreta estado de guerra e implanta uma ditadura no Brasil.

Ou o nazismo, onde Hitler, numa exaltação nacionalista, apontando inimigos internos a ser combatidos (judeus), se apoderando da máquina do Estado implanta um regime Totalitário.

Para saber mais sobre o plano COHEN acesse:

<https://www.sohistoria.com.br/ef2/eravargas/p4.php>

DOC. 2 – EM FACE AO PROBLEMA DA UNIÃO SOVIÉTICA



Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo X, nº 57, outubro de 1946. p. 97.

SEÇÃO DE LIVROS
EM FACE AO PROBLEMA DA UNIÃO SOVIÉTICA

Excertos do livro
 The Great Globe Itself
 Por William C. Bullit

Ex-Embaixador dos Estados Unidos na Rússia Soviética e na França, tendo também ocupado o posto de Emissário Especial do governo americano no Oriente Médio.

[...] **A supremacia biológica da Rússia**

No governo de Stáline, como no regime czarista, o povo russo apresenta alto nível de natalidade. Em 1914, a população do império do czar era de 170 milhões de almas aproximadamente. As perdas durante a Primeira Guerra Mundial, acrescida às populações que deixaram de pertencer à Rússia após a guerra, subiram a cerca de 26 milhões. Nas alturas de 1939, porém, já a população da União Soviética subira outra vez a perto de 170 milhões, apesar das baixas na guerra civil de 1918-20, da fome de 1921-22, da de 1922-23, e da extraordinária mortalidade que se observou entre milhões de trabalhadores forçados.

Hoje a população da Rússia é provavelmente inferior a 170 milhões, com a exclusão dos territórios anexados a partir de 1939. Não obstante, não há negar que o crescimento da população na União Soviética é tão mais rápido, em relação, por exemplo, aos Estados Unidos, que, em tempos de paz, daqui a cerca de 30 anos a União Soviética (sem contar seus territórios anexos) possivelmente conterà 100 milhões de pessoas mais que os Estados Unidos.

[...] Se o governo soviético retiver as enormes regiões, na Europa e na Ásia, sobre as quais, desde 1939, estendeu seu domínio – quer por anexação, ocupação ou governos títeres – serão acrescentadas as seguintes populações aos seus já em si mesmos extraordinários recursos humanos:

Europa:

Polônia	35.000.000
Alemanha Oriental	25.000.000
Rumânia	20.000.000
Iugoslávia	15.700.000
Hungria	10.000.000
Bulgária	6.300.000
Lituânia	2.000.000
Letônia	2.000.000
Estônia	1.000.000
Albânia	1.000.000
Total	118.000.000

Ásia:

China Setentrional
 (território ocupado pelo Exército

Vermelho da China)

Manchúria

Coreia Setentrional	75.000.000
---------------------	------------

Total	45.000.000
-------	------------

	10.000.000
--	------------

	130.000.000
--	-------------

Se o governo soviético puder consolidar o domínio que exerce presentemente sobre os 118 milhões de europeus e 130 milhões de asiáticos, terá à sua disposição 418 milhões de pessoas. Além disso, o poderio industrial da União Soviética será aumentado pela região industrial da Silésia, responsável por 30% da produção industrial alemã; pela região industrial da Manchúria, responsável por 70% da produção industrial da China; e, finalmente, pelos campos petrolíferos da Rumânia.

O combate à religião

Mesmo dentro de suas fronteiras anteriores a 1939, o governo soviético terá à sua disposição um número de rapazes vigorosos muito superior àquele que um estado democrático poderá reunir. Serão, além do mais jovens imbuídos das ideias mais fantásticas sobre os países não capitalistas. Sua instrução, seus livros, o rádio e o cinema, tudo é censurado tão cuidadosamente, que a mocidade só recebe conhecimentos favoráveis ao comunismo.

Note-se ainda que o governo soviético muito aumentou o analfabetismo moral de seus cidadãos. Se bem que haja incomparavelmente mais alfabetizados do que no tempo dos czares, há muito menos pessoas capazes de distinguir entre o certo e o errado. Estimula-se, neles, a crença de que os fins justificam os meios, e de que a religião não passa de um conto de velhas comadres. O moto usado pelo governo soviético em 1917 era: “A religião é o ópio do povo.” Desde então, as perseguições à Igreja têm sido entremeados com períodos de relativa tolerância, toda vez que qualquer reação mais forte, no estrangeiro, tornava prudente essa transigência. Mas, por alturas de 1940, havia na Rússia 90% menos padres da Igreja Ortodoxa do que em 1917, e das 46.475 igrejas ortodoxas que existiam em 1917, ficaram apenas 4.225.

Quando Hitler atacou a União Soviética em 1941, Stáline teve que lançar mão de toda a força não só do patriotismo, como também da religião, para pedir ao povo os maiores sacrifícios na guerra contra a Alemanha. Em recompensa pelo apoio público que lhe deu, durante a guerra, o maior dignitário da Igreja, Sérgio, (Arcebispo) Metropolitano de Moscou, Stáline permitiu que este fosse eleito Patriarca, dando-lhe depois uma audiência. No dia seguinte o Patriarca executou sua primeira tarefa política internacional, que consistiu em pedir publicamente, aos aliados, a segunda frente na Europa.

Instalou-se um comitê, no governo, para controlar os atos do Patriarca, um ancião de 75 anos. Assim, tendo reduzido a Igreja a uma repartição pública do governo, Stáline passou a transformá-la num instrumento eficiente. Os seminários proibidos anteriormente, tiveram licença para funcionar livremente. Permitiu-se além disso, a fundação de um Instituto de Teologia Ortodoxa. [...]

Quem venceu afinal – a Igreja ou o Partido comunista? Stáline controla a Igreja, usando-a como instrumento de política nacional e internacional. [...]

A igreja é fraca na Rússia. Está nas mãos de Stáline. Mas é forte a palavra de Deus. E a religião sempre dura mais que os ditadores. No futuro – se é que teremos algum futuro nesta terra- nada poderá contra ela. [...]

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo X, nº 57, outubro de 1946. p. 97-125.

DIALOGANDO

- 1 – Qual a preocupação do autor quando trata da “supremacia biológica da Rússia”?
- 2 – Qual o significado do termo “analfabetismo moral”, usado pelo autor?

DOC. 3 – A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA

Como os ataques desfechados contra os Estados Unidos pelas radioemissoras soviéticas procuram saturar o mundo de ódio e desconfiança em relação àquele país

A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA

(Condensado de «The New York Herald Tribune»)

Robert S. Bird

OS ATAQUES de propaganda desencadeados pela União Soviética contra os Estados Unidos alcançaram um grau de hostilidade que os cidadãos norte-americanos desconhecem. Durante as vinte e quatro horas do dia, as emissoras soviéticas canalizam, para todas as partes do globo, violentas acusações aos Estados Unidos, pejudadas de dúvida, suspeitas e temores. Os russos vão ainda mais longe nas irradiações para seu próprio povo, exortando-o, literalmente, a «odiar» esse inimigo ameaçador.

O «olho» fotoelétrico dessa máquina de propaganda esquadrinha incessantemente os Estados Unidos, detendo-se em insignificâncias para «provar» que o «imperialismo do dólar» procura «escravizar a Europa», «explorar o mundo» e «submergir o globo numa terceira guerra mundial».

Tais «denúncias» e «revelações» jorram das emissoras da máquina de propaganda em mais de 30 idiomas e dialetos. São consultados os gostos e as suscetibilidades dos diversos auditórios. Uma palestra sobre a importância literária de George Santayana, por

ESTE ARTIGO—que cita profissões de ódio—baseia-se em irradiações soviéticas captadas pelo governo de Washington, nos últimos meses.

exemplo, é ótima para o Canadá, mas não para os Curdos. Um relato simples e vívido dos estratagemas traiçoeiros utilizados pelos cabos eleitorais de Kansas City é, porem, compreensível às tribos asiáticas.

Para coreanos ou iranianos, prefere-se uma retórica oriental sumamente estilizada, qual a seguinte irradiação de 26 de janeiro, no idioma azerbaidjão: «Iranianos, abrí os olhos! Defendei vosso país! Revoltai-vos contra os usurpadores americanos, revoltai-vos! Estão-vos roubando. Revoltai-vos contra o menino-traidor: o Xá!»

Boa parte da propaganda soviética ataca o Plano Marshall de reerguimento da Europa. Flagrantes deturpações são empregadas para espalhar idéias errôneas não só quanto ao plano como em relação ao próprio Secretário de Estado. Por exemplo, ao resumir sua exposição dos objetivos do

Como os ataques desfechados contra os Estados Unidos pelas radioemissoras soviéticas procuram saturar o mundo de ódio e desconfiança em relação àquele país

A VOZ HOSTIL DA RÚSSIA
(condensado de “The New York Herald Tribune”)
Robert S. Bird

Este artigo – que cita profissões de ódio – baseia-se em irradiações soviéticas captadas pelo governo de Washington, nos últimos meses.

Os ataques de propaganda desencadeados pela União Soviética contra os Estados Unidos alcançaram um grau de hostilidade que os cidadãos norte-americanos desconhecem. Durante as vinte e quatro horas do dia, as emissoras soviéticas canalizam, para todas as partes do globo, violentas acusações aos Estados Unidos, pejudas de dúvidas e temores. Os russos vão ainda mais longe nas irradiações para seu próprio povo, exortando-o, literalmente, a “odiar” esse inimiga ameaçador.

O “olho” fotoelétrico dessa máquina de propaganda esquadrinha incessantemente os Estados Unidos, detendo-se em insignificâncias para “provar” que o “imperialismo do dólar” procura “escravizar a Europa”, “explorar o mundo” e “submergir o globo na terceira guerra mundial”.

Tais “denúncias” e “revelações” jorram das emissoras da máquina de propaganda em mais de 30 idiomas e dialetos. São consultados os gostos e as suscetibilidades dos diversos auditórios. [...]

Boa parte da propaganda soviética ataca o Plano Marshall de reerguimento da Europa. [...]

O povo norte-americano é caracterizado, perante os ouvintes na própria Rússia, como uma classe oprimida, com o tacão dos “suseranos imperialistas” a calcar-lhe o pescoço. Em contraste, “a perversa classe milionária” tem uma existência dourada. [...]

O empenho da rádio soviética em depreciar, em todo o mundo, as contribuições norte-americanas para a vitória militar, e em asseverar que a Rússia ganhou a guerra praticamente sozinha, é um dos muitos temas do ataque desferido contra os Estados Unidos. [...]

Para consumo nacional, a rádio soviética atribui a si mesma o monopólio total da verdade. Tudo o que não esteja rigorosamente de acordo com a versão soviética são “mentiras e calúnias”. [...] A propaganda soviética parte invariavelmente da premissa de que o mundo está dividido em dois sistemas incompatíveis: o capitalista e o socialista. E diz, por exemplo:

“Existe tão somente a luta entre os imperialistas escravizadores do povo, e o povo democrático, amante da liberdade”. [...]

Assim, pois, às volta do mundo, sem cessar, a rádio soviética fala com estridência ou suavidade. Talvez jamais tivesse falado com maior veracidade do que a 9 de dezembro, ocasião em que as emissoras soviéticas irradiaram, pelo espaço de uma hora e um quarto, em russo, francês, eslovaco, alemão e inglês, um relato completamente franco e explícito do discurso pronunciado por Malenkov, relativo ao recém-constituído Cominform. Disse Moscou:

“Quanto à U.R.S.S., o peso da luta de classes transferiu-se para a arena internacional. Aí, deparamos com dois sistemas rivais: o capitalista e o socialista. Aí, em batalhas com os

inescrupulosos homens de negócios da política burguesa, nosso partido terá que pro à prova as suas armas.”

O rádio é uma dessas armas soviéticas. A batalha não tem tréguas. Seus objetivos são os Estados Unidos da América: seu governo, seus propósitos, sua política, seu modo de viver.

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIV, nº 79, agosto de 1948. p. 73-77.

Aprofundando o tema

Professor/professora: o documento 3 faz referência à propaganda soviética, antiamericana e de exaltação ao regime. Dialogue com os/as estudantes sobre as ideias e valores difundidos nas propagandas políticas.

Organize juntamente com os/as estudantes uma pesquisa. Divida a turma em dois grupos, proponha para cada grupo uma pesquisa direcionada sobre imagens de propaganda soviética com críticas ao regime capitalista norte-americano, e imagens de propaganda americana anticomunistas.

Como recurso, utilize o Pinterest, que é uma rede social de compartilhamento de fotos. Assemelha-se a um quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar e gerenciar imagens temáticas.

Nos endereços abaixo os/as estudantes encontrarão dezenas de imagens sobre os temas a serem pesquisados.

Sobre a propaganda soviética acesse:

<https://br.pinterest.com/romeritopontes/propaganda-sovi%C3%A9tica/>

Sobre a propaganda norte-americana acesse:

[https://br.pinterest.com/search/pins/?q=propaganda%20americana%20guerra%20fria&rs=typed&term_meta\[\]=propaganda%7Ctyped&term_meta\[\]=americana%7Ctyped&term_meta\[\]=guerra%7Ctyped&term_meta\[\]=fria%7Ctyped](https://br.pinterest.com/search/pins/?q=propaganda%20americana%20guerra%20fria&rs=typed&term_meta[]=propaganda%7Ctyped&term_meta[]=americana%7Ctyped&term_meta[]=guerra%7Ctyped&term_meta[]=fria%7Ctyped)

Estimule os/as estudantes a selecionar imagens e traduzir as mensagens nelas contidas.

Na sequência, em sala de aula, organize um debate entre os dois grupos, a partir da exposição e socialização das imagens.



Eixo 4

Representação de Gênero,

Raça e Classe

A Seg

Conservar a família e
comodidades e bem est

Agora as tarefas casei
comum de cozinha di
para aquecer a água

O petróleo é essencia
riais de construção
de tintas. Deste e d
leo torna os lares

O espírito d
desenvolve
tornar o petr

O petróleo nu



Introdução ao Eixo 4

Desde 2007, a Secretaria Estadual de Educação do Estado do Paraná passou a contar com a Coordenação dos Desafios Educacionais Contemporâneos (CDEC), que faz parte do Departamento da Diversidade (DEDI), órgão criado para dar suporte às escolas estaduais no enfrentamento dos desafios que permeiam o processo educacional.

Conforme o departamento, Desafios Educacionais Contemporâneos são demandas que se inserem nas diferentes disciplinas do currículo, muitas vezes oriundas dos movimentos sociais e, por isso, presentes na sociedade contemporânea. São de relevância para a comunidade escolar, pois estão presentes nas experiências, práticas, representações e identidades de educandos e educadores¹⁴.

Inserem-se nesses desafios a Educação Ambiental, Educação Fiscal, enfrentamento à violência nas escolas, História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena, prevenção ao uso de drogas e sexualidade.

Apesar das lutas travadas pela igualdade de gênero, étnico-racial e também pelo respeito à diversidade ao longo do século XX e início do século XXI, há um predomínio de atitudes e convenções sociais discriminatórias em todas as sociedades; essa já realidade é persistente e naturalizada.

Nesse contexto, somente as leis não bastam para garantir direitos, respeito e valorização, é necessária a transformação de mentalidades e práticas. Daí o papel das disciplinas escolares para a estruturação de ações que promovam a discussão desses temas, motivando a reflexão e contribuindo para a superação e eliminação de qualquer tratamento preconceituoso.

O objetivo do ensino de História na Educação Básica é desenvolver a capacidade de analisar a sociedade de forma crítica e autônoma. Para que isso ocorra é necessária a aproximação com a cultura juvenil, problematizando aquilo que lhe dá um sentido de pertencimento¹⁵.

O Referencial Curricular do Paraná afirma que os estudantes que constituem a escola atual são fruto de seu tempo histórico; suas experiências cotidianas refletem a sociedade contemporânea, expressam a cultura vigente, com rituais, imagens e códigos comunicativos,

¹⁴ PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência da Educação. Diretoria de Políticas e Programas Educacionais. Coordenação de Desafios Educacionais Contemporâneos. **Cadernos temáticos dos desafios educacionais contemporâneos**. Curitiba: SEED – PR, 2010.

¹⁵ BITTENCOURT, op. cit., p. 7.

com sentidos e significados condizentes com a sociedade em que estão inseridos. Esses sujeitos também se constroem nas relações sociais que acontecem no ambiente escolar¹⁶.

Guacira Lopes Louro (2000), em seu livro *Pedagogia da Sexualidade*, afirma que

É [...] no âmbito da cultura e da história que se definem as identidades sociais (todas elas e não apenas as identidades sexuais e de gênero, mas também as identidades de raça, de nacionalidade, de classe, etc). Essas múltiplas e distintas identidades constituem os sujeitos, na medida em que esses são interpelados a partir de diferentes situações, instituições ou agrupamentos sociais. Reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social de referência (LOURO, 2000, p. 6).

Para a autora “nossos corpos constituem-se na referência que ancora, por força, a identidade” (LOURO, 2000, p. 8). Do corpo se deduz uma identidade de gênero, sexual, étnica, o que é por vezes uma dedução equivocada. Os corpos são significados pela cultura como uma marca definidora de identidade e, continuamente, alterados por ela. Por imposições culturais se constroem os corpos de modo a adequá-los aos critérios estéticos, higiênicos, morais dos grupos aos quais pertencem (LOURO, 2000, p. 8).

As imposições de saúde, vigor, vitalidade, juventude, beleza, força são distintamente significadas, nas mais variadas culturas e são também, nas distintas culturas, diferentemente atribuídas aos corpos de homens ou de mulheres. Através de muitos processos, de cuidados físicos, exercícios, roupas, aromas, adornos, inscrevemos nos corpos marcas de identidades e, consequentemente, de diferenciação. Treinamos nossos sentidos para perceber e decodificar essas marcas e aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas que se expressam (LOURO, 2000, p. 9).

Ao estabelecer a forma como os corpos são moldados pela cultura, Louro desvenda como os corpos são educados para uma sexualidade “normal”, que, enquanto norma, estabelece papéis que vão marcar os sujeitos, definindo o masculino e o feminino. Para que essas marcas se efetivem, a família, a escola, a mídia, a igreja participam dessa produção. “Todas essas instâncias realizam uma pedagogia, fazem investimentos que [...] aparecem de forma articulada, reiterando identidades e práticas hegemônicas enquanto subordinada, nega ou recusa outras identidades e práticas” (LOURO, 2000, p. 16).

Tendo a mídia como foco, e em seu bojo a atuação da revista *Seleções do Reader's Digest*, esta pesquisa propôs também o uso de peças publicitárias como fonte no ensino de História, visando desnaturalizar as representações sociais e buscando contribuir para problematizar os estereótipos e as relações de gênero, raça e classe.

¹⁶ PARANÁ. *Referencial Curricular do Paraná*. Curitiba, SEED. 2018.

O uso das peças publicitárias disponíveis na revista *Seleções* como documento em sala de aula é uma possibilidade interessante. Apesar de os/as estudantes estarem expostos ao mundo virtual da Internet, as peças publicitárias são mais familiares do que outras fontes e podem ser analisadas a partir do contexto histórico em que foram produzidas.

Além disso, como já apontado anteriormente, a revista disseminava os valores do *american way of life*, que pregavam a modernidade e ser “moderno” significava seguir esse modelo.

A norma estabelecida pelo modo de vida americano e disseminada por *Seleções* que figura ainda hoje em nossa sociedade remete ao homem branco, heterossexual, de classe média, urbana, e cristão. Conforme Louro, os outros sujeitos sociais que, por não se enquadrarem nessas normas, serão “marcados”, que definirão e serão denominados a partir dessa referência (LOURO, 2000, p. 9).

Assim, ao analisar a revista *Seleções*, percebe-se como são representados os sujeitos (homens e mulheres) e como as questões de raça e classe são imperceptíveis ou ausentes no contexto da produção do periódico, tornando possível, mesmo assim, apontar algumas conclusões.

TEMA: RAINHA DO LAR

DOC. 1 – ESSO: A SEGURANÇA COMEÇA AQUI



A Segurança Começa Aqui

Conservar a família em segurança e feliz é a aspiração de todos. Hoje isto envolve comodidades e bem estar desconhecidos da geração passada.

Agora as tarefas caseiras são largamente facilitadas pelo petróleo. O próprio gás comum de cozinha dificilmente poderia ser fabricado sem o petróleo. E' ele usado para aquecer a água para o banho do bebê, para iluminar e cozinhar.

O petróleo é essencial na fabricação e distribuição de materiais de construção, e como solvente na fabricação de tintas. Deste e de muitos outros modos, o petróleo torna os lares mais confortáveis e seguros.

O espírito de iniciativa da livre concorrência desenvolve continuamente novas maneiras de tornar o petróleo mais útil a mais pessoas.

O petróleo auxilia a tornar a vida melhor.

UM SÍMBOLO
DE SERVIÇO



UM EMBLEMA
DE QUALIDADE

STANDARD OIL COMPANY
(of Brazil)

Fonte: Seleções do *Reader's Digest*, Tomo XIII, nº 75, abril de 1948. p. 152.

DOC. 2 – SERVEL, INC.



Refrigeração Automática e Moderna para os Lares de Todo Mundo

AS FAMÍLIAS que vivem no campo, como as que moram na cidade, já hoje podem gozar os benefícios da refrigeração automática. Porque os famosos refrigeradores Servel a Gás trabalham igualmente bem a gás comprimido ou a querosene, assegurando frio constante para a conservação de alimentos, e gelo em abundância para os lares, seja onde for.

Mais de 2.000.000 de Servel estão

hoje fornecendo refrigeração de confiança em todo o Novo Mundo. São silenciosos e duram mais, porque não têm maquinismos moveis no aparelho congelador que se desgastem ou tornem ruidosos.

Após a guerra, o melhoramento da distribuição de gás comprimido e de querosene levará a refrigeração Servel a maior número de lares e de fazendas do que em tempo algum no passado.

Servel, Inc.



Departamento de Exportação
51 East 42nd St., Nova York 17
N. Y., E. U. A.

FABRICANTES DO REFRIGERADOR SERVEL • SILENCIOSO • DURA MAIS

DOC. 3 – SINGER: IDEALIZE UM INTERIOR DIFERENTE



Idealize
um interior diferente...

e aprenda a executá-lo
num Curso SINGER!

Tôda mulher sente prazer em variar, de vez em quando, a aparência de seu lar. Umas cortinas novas . . . capas coloridas para as velhas poltronas . . . e o ambiente *renovado* torna-se mais alegre e acolhedor. Tudo isto poderá ser feito por você mesma, por menos habilidosa que seja. E com notável economia para o seu orçamento! Procure um Curso SINGER e informe-se sôbre o Curso de Decorações do Lar.

SINGER
SEWING MACHINE COMPANY
—o nome garante o produto!

Lojas SINGER em todo o Brasil

Copyright U.S.A. 1948 by Singer Sewing Machine Company
All Rights Reserved for All Countries
Todo direito devidamente protegido, por Tratado Internacional

Em qualquer Loja SINGER há completo e sortido "stock" de aviamentos, nacionais e importados, para tôda espécie de costura. Compre suas linhas, agulhas, botões, cintos, flôres, fechos, echarpes, fitas, etc. nas Lojas SINGER!

M. R.

15

DOC. 4 – GENERAL ELETRIC: MODERNIZE SEU LAR



MODERNIZE SEU LAR

Comece pelos utensílios elétricos da cozinha

Como mulher que se orgulha de seu lar, V. S. há de querer possuir algum dia uma casa com os melhoramentos mais modernos. Comece pela cozinha. Embelez-a com os utensílios elétricos G.E. São tão úteis, tão higiênicos, tão modernos...! E lembre-se de que o monograma G.E representa, agora como sempre, suprema qualidade.

4PRD48HA

Produtos da General Electric Co. das E. U. A.

GENERAL  ELECTRIC

Rio de Janeiro • São Paulo • Recife • Salvador • Curitiba • Porto Alegre



Fonte: Seleções do *Reader's Digest*, Tomo VII, nº 40, abril de 1945. p. 142.

DOC. 5 – ANÚNCIO SEAGRAM'S V.O.



**Ouçá as notícias e veja os esportes enquanto come
... Pelos que planejam para além do dia de amanhã**

Seu camarote de amanhã poderá ser o restaurante seu preferido, onde V. poderá ver, em telas sonoras de grandes dimensões, as corridas de cavalos consecutivas. A televisão irá levar-lhe as notícias

mais sensacionais... a representação dramática das maiores estrelas. Tudo isto em telas dispostas de tal maneira, que V. poderá ver tudo sem mudar de posição.

DO mesmo modo, V. poderá desfrutar as delícias dum whisky que não se pode comparar com nenhum outro que já tenha provado... uma delicada combinação dos mais finos whiskies canadenses! Verifique hoje mesmo o que milhares de pessoas, no seu país e no estrangeiro, têm descoberto nestes últimos dez anos—que o Seagram's V.O. Canadense é o preferido para "high-ball" o mais suave do mundo.



Seagram's V.O. WHISKY CANADENSE

DIALOGANDO

Faça cópias dos cinco documentos de modo que cada estudante receba, aleatoriamente, uma cópia. Distribua uma cópia da tabela¹⁷ abaixo para que cada estudante registre suas impressões sobre o documento que está em seu poder.

Após o tempo necessário para a análise das imagens, organize os/as estudantes em grupos, conforme a distribuição dos documentos. Exemplo: Os/as estudantes que estiverem com cópia do documento 1 se juntem em um grupo, e assim sucessivamente.

Em grupos os/as estudantes vão comparar o resultado de suas análises, organizar as informações e em seguida socializá-las.

Imagem	Dados da fonte: local e data da publicação, página e acervo.
Produto/marca	Produto anunciado e a marca responsável
Destinatário	Pode ser explícito ou implícito na propaganda
Personagem/ambiente	Descrição da cena: ambiente e personagens
Figuras de retórica	Como se dá o convencimento para aquisição do produto
Valores promovidos	Ex. felicidade, sucesso, amizade, competição, violência.

A partir das informações dos/das estudantes o/a professor/professora fará as intervenções necessárias a partir de alguns questionamentos.

- 1 – Quais as semelhanças nas quatro imagens?
- 2 – Que modelo de família é representada nas imagens?
- 3 – É possível identificar a classe social dos personagens representados nas imagens?
- 4 – Que elementos permitem estabelecer que papel era atribuído à mulher naquele período?
- 5 – Ao analisar o documento 5 e compará-lo aos documentos anteriores, quais conclusões são possíveis?

¹⁷ JASKIU, op. cit., p. 167.

TEMA: MODERNA E DECIDIDA

DOC.1 - O FORD NA DIANTEIRA

O Ford na dianteira

para a mulher★ que sabe o que quer!

★ Sou mãe de família, e com franqueza atraí-me a facilidade de manejo do Ford. Posso estacioná-lo onde quiser, e aquele compartimento de bagagem carrega tudo que é preciso. Além disso, tenho quatro filhos, que sempre estão pedindo que os leve aqui e ali! De modo que a solução para mim é o Ford. . . Depois, sinto-me tão segura com a carroceria "salvavidas" e os freios "gigantes"! É um verdadeiro prazer guiar este meu Ford!



★ Se eu fôsse artista-decoradora, não me podia sentir mais orgulhosa desses forros de lindas cores e desenho! Indiscutivelmente a Ford capricha no que faz!

Há um  no seu futuro

DIVISÃO INTERNACIONAL FORD MOTOR COMPANY

DOC. 2 – “MEU NOIVO SERÁ MEU MARIDO”



“Meu Noivo Será Meu Marido...?”



—Desculpe-me, Lydia. Não posso demorar. Hoje vou ao Clube. (É fácil conquistar um noivo... mas é difícil conservá-lo. Lydia pensa que pode atraí-lo com sua beleza artificial.)



—Minha filha. A beleza natural é importante para um casamento feliz. E você artificializa sua beleza com “maquillage” para disfarçar as imperfeições. Corrija-as com Leite de Colonia.



(Foi um conselho materno. E Lydia teve o feliz fim do seu noivado.) —Minha querida. Hoje vamos marcar o dia do nosso casamento. Agora, quero viver sempre ao seu lado.

Não artificialize sua beleza... CORRIJA as imperfeições da pele com Leite de Colonia

É um erro disfarçar as imperfeições da pele com o “maquillage” exagerado—nocivo à vital respiração da pele. O certo é corrigir manchas, sardas, cravos, espinhas e outras erupções da pele com Leite de Colonia. Use-o pela manhã em massagens sobre o rosto, colo e pescoço... quando sair, como fixador do pó e protetor da cutis... e, à noite, numa última limpeza da pele. E seu rosto ganhará aquela beleza das peles eternamente jovens... eternamente lindas.

Leite de Colonia

O EMBELEZADOR DA MULHER



DOC. 3 – POND'S: BELA E TALENTOSA

A SRA. MARIA JOSÉ DUPRÉ — nome ilustre da sociedade e representação honrosa da inteligência brasileira, diz: «Sigo, há muitos anos, o método Pond's de dois cremes, com resultados esplêndidos!»

Bela e Talentosa

...e segue o famoso
tratamento dos
2 Cremes Pond's!

BELEZA E CULTURA constituem atributos peculiares à dama brasileira. Ela encanta, pela desenvoltura de seu talento... E conquista, pela suave beleza de sua cutis! Para manter a cutis sempre macia e suave, ela observa, *diariamente*, o famoso ritual de beleza dos dois Cremes Pond's. Ei-lo:

1. Aplique Cold Cream Pond's no rosto e no pescoço. Retire-o. Para amaciar a cutis, aplique mais uma camada.
2. Antes da «maquillage», use o Creme Evanescence Pond's, que protege a cutis contra a ação do sol e do vento e conserva o pó de arroz horas seguidas.

AMOSTRA GRATIS: - Queiram enviar-nos o coupon acompanhado de Cr. \$1.00 para as despesas de remessa de uma amostra grátis dos 2 Cremes Pond's.

JOHNSON & JOHNSON DO BRASIL
Avenida do Estado, 5537 — São Paulo

3 - KKKK - 25

Nome.....
Rua.....
Cidade..... Estado.....



DOC. 4 – ÊLE ESTÁ OCUPADO... DITANDO-ME



**Êle está
ocupado...
ditando-me**

Atrás daquela porta se encontra um homem trabalhando. Sózinho, à vontade, transmite as suas idéias, e sua correspondência a um microfone de mão.

Êsse homem poderia ser o senhor! E, fora do seu escritório, a sua secretária—evitando-lhe desnecessárias interrupções, executando outras tarefas, enquanto o senhor lhe está ditando...

É assim que se trabalha modernamente—realizando o serviço diário com mais rapidez, evitando confusão no andamento do escritório. É assim—com o Ditado Electrónico!



**Ponha-se nesta
mesma situação**

Imagine-se o senhor com um microfone à mão—despachando os seus negócios... sem acúmulo de papéis, sem atrasos aborrecidos... Imagine-se, a vantagem que um trabalho mais rápido representa.

Não espere que os peritos em eficiência lhe recomendem o Ditado Electrónico Dictaphone, chame o representante da Dictaphone Corporation.

Para obter folhetos informativos, escreva para: Dictaphone Corporation, I.D., 420 Lexington Avenue, New York 17, N. Y., U.S.A.

**DICTAPHONE CORPORATION INTERNATIONAL
DEPARTMENT**

A palavra DICTAPHONE é marca registrada da Dictaphone Corporation fabricante das Máquinas Electrónicas de Ditado e de outros aparelhos de gravação sonora e de reprodução que levam a referida marca.

Aprofundando o tema

Professor/professora: os cinco documentos do tema “Rainha do Lar” atribuem à mulheres e homens diferentes espaços sociais. Ao mesmo tempo que as mulheres são representadas como modernas, seu papel social está atrelado à vida doméstica, ao passo que o papel social masculino está atrelado ao espaço público.

Por outro lado, os quatro documentos relacionados ao tema “Moderna e Decidida” expõem mulheres fora do ambiente doméstico: a mulher moderna que dirige seu carro, esportista, que trabalha fora, vencedora.

Procure ressaltar para os/as estudantes as duas formas de representação utilizadas pelas agências de propaganda da época. Às mulheres era atribuído o orçamento doméstico, os anúncios direcionados à elas retratavam o seu cotidiano; os produtos oferecidos a elas estavam ligados à sua realidade. Ao analisar as imagens, é possível concluir que a elas cabiam muitas decisões de gastos diários, produtos alimentícios, higiênicos, remédios. Ao mesmo tempo, a propaganda se utilizou da imagem feminina para vender produtos para os homens. Esse fato marcou a presença da mulher na maioria dos anúncios publicitários que exploravam sua imagem de mãe, que comprava os produtos para sua família, quanto sua imagem como objeto erotizador do produto.

Os documentos 1 e 4, ao mesmo tempo que ressaltam a modernidade feminina, deixam claro sua fragilidade e sua posição desigual em comparação aos homens.

Já os documentos 2 e 3 atrelam a beleza feminina ao consumo de produtos.

Peça aos/as estudantes que exponham, se se sentirem à vontade, como são feitas as divisões dos trabalhos domésticos em suas casas. Existem diferenças de tratamento entre os sexos? Existem estereótipos relacionados aos homens e às mulheres? Que padrões de beleza existem hoje? A que produtos estão atrelados?

Estimule o diálogo e aprofunde a discussão a partir da leitura do texto a seguir.

Um texto para refletir

A DIVISÃO SEXUAL DO TRABALHO: A MULHER ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

No Brasil e em quase todos os países do mundo, observamos um progressivo aumento do número de mulheres em postos de trabalho que, antes, eram pouco ocupados por elas, porém ainda com salários menores que os dos homens. Dados estatísticos revelam que no Brasil as mulheres ganham, em média, 30% menos que os homens, ou seja, um dos piores índices de diferença salarial por gênero no mundo.

Além da questão salarial, as mulheres, geralmente, trabalham mais horas que os homens, pois também são responsáveis pelas tarefas domésticas e pelos cuidados com filhos, avós e parentes doentes. Em situação ainda mais precária vivem as mulheres *trans*. De acordo com Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra), 90% desse grupo só encontra trabalho na prostituição e apenas 5% dele está no mercado formal.

A divisão do trabalho fundamentada nos sexos, com base na propriedade privada e na família monogâmica, teria sido, historicamente, a primeira forma de desigualdade de classes, segundo Friedrich Engels (1820-1895), teórico e cofundador, com Karl Marx (1818-1883) do socialismo científico. Com o estabelecimento do patriarcado e da família monogâmica, a mulher passou a ser desvalorizada, assim como seu papel na sociedade: a função de cuidado e da reprodução familiar. Enquanto funções associadas aos homens - assuntos públicos e produtivos, que seriam “geradores” de riquezas - passam a legitimar sua dominação, as funções associadas às mulheres - os assuntos domésticos e de reprodução - tornam-se desvalorizadas.

O advento do capitalismo na Europa, em particular a partir do capitalismo industrial, levou as mulheres para fora do espaço doméstico, principalmente na indústria. Para o capitalismo, mulheres (e crianças) formavam uma mão de obra genérica e barata que podia ser empregada em funções não especializadas ou naquelas que já exerciam no espaço da casa: costura, confecção de tecidos e limpeza. Aliás, essas ocupações industriais empregavam mais mulheres do que homens.

A divisão técnica e social do trabalho se desenvolveu rapidamente no capitalismo: as tarefas tornaram-se cada vez mais especializadas e fragmentadas. Essa divisão pormenorizada reforçou a divisão sexual do trabalho, por que, progressivamente, dividiu os espaços de “fora” da família como produtivos e aqueles relativos à família como reprodutivos. Se nas sociedades pré-industriais a família era, ao mesmo tempo, uma unidade produtiva e reprodutiva, isso se modificou profundamente com o capitalismo: as tarefas produtivas tornaram-se masculinas e as reprodutivas, femininas.

No final do século XIX e início do século XX, inúmeras leis de “proteção” à mulher passaram a proibir o trabalho feminino em ocupações consideradas mais pesadas ou perigosas, já que isso havia trazido problemas de ordem “moral” resultantes do fato de as mulheres terem mais mobilidade fora do espaço da casa. No Brasil, a mesma proibição foi expressa em decreto de 1932. Embora muitas dessas leis visassem à “proteção” das mulheres exploradas pela indústria - assim como ocorria com as crianças -, acabaram por confina-las ao cuidado doméstico e o trabalho realizado em

casa, sub-remunerado.

Durante o século XX, as duas guerras mundiais voltaram a impulsionar a presença das mulheres nas indústrias, pois nesses momentos, os esforços produtivos eram necessários. No entanto com o fim do período de guerra, novamente se reivindicou o retorno das mulheres à casa. O modelo de família almejado pela sociedade industrial e fordista do pós-guerra centrou-se, então, no “homem provedor e na mulher cuidadora”.

Os movimentos de emancipação feminina na Europa, particularmente nos anos 1960, questionaram a falta de liberdade e as normas rígidas adotadas em relação às mulheres. Inúmeras conquistas já haviam sido alcançadas em boa parte do mundo ocidental, como direito ao voto, à licença-maternidade e ao divórcio. Entretanto, o mercado de trabalho era muito restrito. Foi somente a partir de 1980, com movimento intenso da globalização, que a participação feminina na população economicamente ativa (PEA) e na população ocupada (PO) cresceu em boa parte do mundo.

A maior participação feminina no mercado de trabalho global trouxe contradições: embora as mulheres tenham adquirido poder financeiro e passado a ocupar empregos que não eram habituais, continuam a ser responsáveis pelas tarefas domésticas, o que levou a uma dupla jornada (no trabalho e em casa) ou, ainda, uma tripla jornada (trabalho, universidade ou escola e cuidados de casa). [...]

Fonte: Adaptado de: SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

TEMA7: RAÇA

Um texto para começar

RAÇA

Há atualmente duas discussões em torno do conceito de raça no Brasil: a discussão acadêmica, que cada vez mais tende a considerar a inexistência de diferenças raciais, esvaziando a ideia de raça como conceito; e o imaginário social, para o qual raça é uma realidade, ainda que o discurso dominante nesse imaginário seja o da miscigenação. Se a ciência hoje tende a afirmar que só existe uma única raça humana, o conceito de diferenças raciais está tão arraigado na sociedade brasileira que talvez ainda demore bastante tempo para que essa nova crença científica seja incorporada ao senso comum. Qual a razão para isso? O que é raça, afinal?

Atingindo seu apogeu como conceito científico no século XIX, a noção de raça diz respeito a certo conjunto de atributos biológicos comuns a um determinado grupo humano. O termo raça não era exatamente uma palavra nova nas línguas europeias no século XIX. A palavra, na Idade Moderna, com outros significados, era conhecida no mundo europeu, e dizer que se pertencia a uma raça era afirmar o pertencimento a uma linhagem. Durante esse período, foi criada a tese monogenista, que afirma a existência de uma única raça humana descendente de Abraão, e praticamente não havia ainda a ideia de inferioridade racial. Isso não significa, no entanto, que não houvesse etnocentrismo e discriminação com base em características físicas. Além disso, os judeus, por exemplo, era perseguido na Europa desde o fim do Império Romano, sobretudo por considerações religiosas e culturais que chamaríamos hoje de étnicas.

A origem do pensamento que entende a humanidade a partir de raças diferentes está no século XVI e na formação dos Estados nacionais europeus, que começaram a enfatizar as diferenças linguísticas e históricas internas. Mas para a autora Gislene Santos, foram os iluministas que cunharam as primeiras doutrinas racialistas, ou seja, as primeiras doutrinas para o estudo das diferentes raças humanas, dando origem no século XVIII a outra hipótese racial, a poligenista, que defendia a existência de diversas raças humanas. A autora distingue o racialismo, a crença em raças humanas, do racismo, o preconceito contra raças consideradas inferiores. E no século XVIII o racialismo não era ainda racismo, pois as diferenças biológicas ainda não eram consideradas definitivas para a evolução humana. O objetivo dos iluministas era encontrar um sistema de valores universal, que pudesse ser estabelecido para todas as raças. Também segundo Maria Alzira Brum Lemos, foi na França do século XVIII que surgiram as tradições de pensamento que influenciaram a definição de raça como um sistema de classificação humana. Entre essas tradições estava a História Natural, que daria origem, no século XIX, à Antropologia Física, ciência responsável pelas teorias racialistas.

O racialismo, com os iluministas, definia raça como um grupo humano cujos membros possuíam características físicas comuns. Tal teoria voltou-se para a crença de que a raça não era apenas definida física, mas moralmente, bem como que as diferenças físicas acarretavam diferenças mentais hereditárias. Assim, a distinção do mundo em raças correspondia à divisão do mundo em culturas, e o comportamento do indivíduo era definido pelo grupo racial ao qual ele pertencia. Além disso, um sistema de valores universal classificaria as raças em superiores e inferiores.

Se até 1800, segundo Michel Banton, raça significava o pertencer a uma linhagem, a partir dessa data, com a influência da História Natural e da doutrina racialista do século XVII, raça começou a designar os tipos humanos e suas diferenças biológicas, e só poderia ser entendida a partir da Fisiologia. [...]

Em meados do século XIX, o conceito de raça migrou das ciências naturais e alcançou as ciências sociais e humanas. Com a publicação da obra de Charles Darwin, em 1859, e o desenvolvimento da teoria evolucionista a partir daí, o racismo ganhou novas perspectivas, com o chamado darwinismo social, que lastreada na teoria da evolução e na seleção natural afirmava não só a diferença de raças humanas, mas a superioridade de umas sobre as outras e, ainda, que a tendência das raças superiores era submeter e substituir as outras. A partir da Frenologia e do darwinismo social (muitas vezes chamado de spencerismo, pois a transposição dos argumentos darwinistas para o campo do social não se deveu ao próprio Darwin, mas a Spencer), desenvolveu-se a eugenia, que enaltecia a pureza das raças, a existência de raças superiores e desacreditava a miscigenação. Tais teorias foram à base científica do racismo.

Enquanto o racialismo é o estudo das diferentes raças humanas, o racismo é a aplicação prática dessas teorias, que acredita em raças superiores e cria mecanismos sociais e políticos para reprimir as raças consideradas inferiores. Os pensadores racialistas eugênicos não toleravam a diferença racial e defendiam que a diferença qualitativa entre as raças superava as teorias igualitaristas que pregavam a igualdade entre todos os homens. Para eles, cada raça tinha um lugar determinado no mundo, definido pelo grau de importância na escala evolutiva. E a raça superior, eleita pela seleção natural para ordenar o mundo, era a caucasóide, ou seja, a raça branca. Lembremos, no entanto, que há uma diferença entre cor e raça, pois, por exemplo, para os eugenistas, apesar de terem a mesma cor branca, os germânicos seriam superiores aos judeus e aos eslavos.

Não estamos aqui afirmando, todavia, que a discriminação social com base em diferenças físicas não existisse anteriormente, mas o preconceito contra os negros nas Américas, por exemplo, foram, durante a escravidão moderna, baseada, sobretudo em questões jurídicas, valores sociais, além da diferenciação de cor, e não em diferenças raciais, biológicas e cientificamente estabelecidas, apesar da escravidão moderna ser, segundo Brion Davis, mais explicitamente racial do que a antiga. Mas foi com a ascensão dos estudos racialistas, que cada vez mais a discriminação contra judeus e negros, por exemplo, foi feita com base na pretensa inferioridade racial desses grupos.

Durante o século XX, o preconceito racial cresceu fora dos meios acadêmicos, dando origem a perseguições, como a levada a cabo pelo partido nazista na Alemanha do entre-guerras, e à restrição dos direitos dos negros no sul dos Estados Unidos até a década de 1960. Na segunda metade do século XX, apesar do racismo ser condenado na maior parte do mundo, inclusive no Brasil, onde é ilegal e criminoso, ele continua a existir socialmente com grande força. E se o racismo existe é porque a sociedade que o abriga admite a existência de raças. Assim, apesar de condenarmos o preconceito racial, nossa cultura continua a acreditar nas teorias racialistas que deram origem a ele.

DOC. 1 – SERVEL, INC.



*Ajudando a Conseguir Quinino
para os que Combatem nas Selvas*

HOJE, nas altas montanhas vulcânicas dos Andes, trabalha ativamente um exército de trabalhadores e de cientistas, colhendo a casca da árvore chamada cinchona para o fabrico do quinino, do qual há premente necessidade afim de que os combatentes, atualmente nas selvas do Pacífico, possam dominar a malária.

Para alcançar a região montanhosa onde se colhe a melhor "casca da malária," os trabalhadores e os cientistas têm de vencer os maiores obstáculos e instalar seus acampamentos no coração da mata. Do seu equipamento complexo, fazem parte essencial os Refrigeradores

Servel. De trem ou carro de boi, os refrigeradores são transportados até os mais longínquos destacamentos, onde permitem que se conservem remédios e alimentos.

Os Refrigeradores Servel foram escolhidos para tal tarefa justamente porque podem ser levados a qualquer lugar, e funcionam com perfeição, não importa onde. Hoje, há milhares de Servels dando sua contribuição ao esforço de guerra das Nações Unidas, em todos os pontos do globo. E, nos lares e hospitais das Américas, funcionam atualmente mais de dois milhões desses refrigeradores.

SERVEL, Inc.



Departamento de Exportação
51 East 42nd St., New York 17, N.Y.
E. U. A.

FABRICANTES DAS GELADEIRAS SERVEL A QUEROSENE E A GÁS

DOC. 2 – LANCHAS HIGGINS

As Lanchas HIGGINS



Hoje na Guerra



Amanhã no Comércio

Higgins
INDUSTRIES INCORPORATED

NOVA ORLEANS
O fulero das Américas
Os maiores fabricantes de lanchas
do mundo

DOC. 3 – EXPLORAÇÃO AÉREA



Ainda existem na Terra vastas áreas inexploradas. Os ingontáveis tesouros situados no interior, muito longe das estradas de ferro e das estações serão atingidos com o auxílio do mágico transporte aéreo. Mas para isso é preciso contar com o seguro e impecável funcionamento dos motores e das hélices. Entre os entendidos em aviação, os motores Pratt & Whitney e as hélices Hamilton Standard são altamente conceituados.

UNITED AIRCRAFT CORPORATION

EAST HARTFORD, CONNECTICUT, E. U. A.

MOTORES PRATT & WHITNEY • AVIÕES CHANCE VUGHT • HELICÓPTEROS SIKORSKY • HÉLICES HAMILTON STANDARD

DOC. 4 – EXPRESSO GLOBAL



"Expresso Global"-EM 4 DIAS

● 14.000 milhas por sôbre oceanos e continentes . . . *em quatro dias!* Dão-lhe o nome de "Expresso Global". Para manter semelhante horário, é imperativo que os motores, os instrumentos, as luzes e o rádio do avião não falhem nunca.

Neste serviço adota-se arame Auto-Lite para aviões . . . Em outros serviços, onde a segurança e a integridade são também de suprema importância, o nome Auto-Lite identifica geradores, arranques, velas de ignição, acumuladores — equipamento elétrico para automóveis, que os respectivos fabricantes e donos aceitam como sendo o melhor.

THE ELECTRIC AUTO-LITE COMPANY

Export Division

Chrysler Building, Nova York 17, N. Y., E. U. A.

AUTO-LITE

EQUIPAMENTO DE IGNIÇÃO
ARRANQUE E ILUMINAÇÃO

Aprofundando o tema

Professor/professora: tendo em vista que a revista *Seleções* tinha como alvo um público específico formado por uma classe média, branca e cristã, os anúncios refletiam, em suas ilustrações e em seus textos, o modelo ideal de consumidor ao mesmo tempo em que despertava no consumidor, que muitas vezes não tinha os atributos representados, o desejo de atingir o status idealizado e veiculado na revista.

Ao representar e buscar atingir um determinado público, automaticamente, os anúncios e artigos de *Seleções* promoviam o apagamento de outros grupos de pessoas que, na realidade, constituíam uma maioria da população no Brasil do período do qual esta pesquisa se ocupa. Onde estava o negro nos artigos e anúncios? Onde estava o pobre? Onde estava a mulher negra e pobre?

A difusão prescritiva de um modo de vida ideal feita pela revista *Seleções* evidencia uma hierarquia social exclusiva, que valoriza determinados padrões de comportamento, de valores em consonância com o modo de vida americano, em detrimento de outros relacionados com aspectos locais, exóticos que acabam sendo estereotipados em suas representações.

A revista imprimia valores americanizados de democracia, associados aos heróis americanos; de progressivismo, ligado ao racionalismo, à ideia de um mundo de abundância que enaltecia o homem enérgico e livre, capaz de transformar o mundo natural.

Desta forma, eram o protagonismo norte-americano e a liderança dos desbravadores aliados à promessa de transformação da natureza selvagem em um mundo de progresso, segurança e conforto que acabavam sendo ressaltados nos artigos e anúncios de *Seleções*. Daí a ausência nos anúncios publicitários de grupos e indivíduos que não condiziam com os padrões estabelecidos.

Nos documentos 1, 2, 3 e 4, há a ideia de hierarquia social do homem branco, civilizado, sobre o homem negro, mestiço e servil que vai tendo seu ambiente natural domesticado pela modernização e progresso, fruto da “boa vontade” do vizinho norte-americano.

Com base nessas informações Peça para os/as estudantes analisarem os documentos e organize uma roda de conversa.

DIALOGANDO

- 1 – Ao analisar os documentos 1, 2, 3, e 4, quais personagens são representados como protagonistas nas ilustrações?
- 2 – Quais valores são promovidos nos anúncios?
- 3 – É possível identificar nos documentos relações hierárquicas?

Conexão com a Rede

Professor/professora: os Estados Unidos têm sua história marcada por diversas manifestações de racismo e segregação, que é o estabelecimento de uma fronteira social ou espacial que aumenta as desvantagens de grupos discriminados. Com base nas discussões em sala, organize com os/as estudantes uma pesquisa sobre o tema *Segregação Racial*. Explore a importância dos movimentos negros para a igualdade civil e pelo fim da discriminação racial no país.

Para isso acesse:

https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/01/internacional/1478010009_616978.html e/ou

<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/12/segregacao-racial-em-escolas-resiste-nos-eua.shtml>

Pesquise, também, sobre os espaços segregados no Brasil. Acesse:

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2015/12/16/O-que-o-mapa-racial-do-Brasil-revela-sobre-a-segrega%C3%A7%C3%A3o-no-pa%C3%ADs>

Construa com as/os estudantes um mural no pátio da Escola, apresente os resultados da pesquisa e, juntamente com essa ação, promova a divulgação do Estatuto da Igualdade Racial, Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010, para conscientização da comunidade escolar.

O estatuto da Igualdade Racial está disponível em

<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/823981/estatuto-da-igualdade-racial-lei-12288-10>

TEMA: GÊNERO, RAÇA E CLASSE

DOC. 1 – COCA-COLA: CONVITE UNIVERSAL

O Convite Universal

“TOMEMOS UMA COCA-COLA”



Vista da baía e da cidade do Rio de Janeiro

Os brasileiros têm uma nova maneira de dizer: “Como vai, amigo?” O convite cordial que se ouve tantas vezes é: “Tomemos uma Coca-Cola”. Todo o mundo já verificou que a “Coca-Cola” possui um sabor delicioso e uma qualidade que inspira confiança. Eis porque a *pausa que refresca* com uma “Coca-Cola” bem gelada se tornou um costume geral entre amigos.

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA-RESERVADA



UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*, fevereiro de 1944. Tomo V, nº 25, p. 143.

DOC. 2 – ANÚNCIO COCA-COLA “JOGADORES DE POLO ARGENTINOS”.

O Convite Universal... “TOME UMA COCA-COLA!”



Campo de Polo

As façanhas dos jogadores de polo argentinos são conhecidas mundialmente. Depois de um renhido “match”, é natural deleitar-se com uma “Coca-Cola” bem fria — o refresco que se destaca pela sua qualidade!

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA

Preço—Cr. \$1,00



UNIDAS HOJE
UNIDAS SEMPRE

DOC. 3 – ANÚNCIO COCA-COLA: HAVANA

O Convite Universal... “TOME UMA COCA-COLA!”



Vista da Fortaleza do Morro em Havana

Cuba... a Pérola das Antilhas, por cujas terras transitam viajantes, turistas e homens de negócio de todas as Americas. Naturalmente, em ambiente tão cosmopolita ouve-se com frequência o convite universal “Tome uma Coca-Cola!” Ali, como em todas as partes, é a saudação da moda. Porque “Coca-Cola” significa *a pausa que refresca*... símbolo de amizade.

COPYRIGHT 1944 BY THE COCA-COLA COMPANY
PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA



UNIDOS HOJE
UNIDOS SEMPRE

DOC. 4 – CONVERSA ENTRE MULHERES

Conversa entre mulheres...

Meu Deus, V. não imagina que cara a empregada fez quando lhe dei minhas toalhinhas para lavar! Fiquei tão constrangida!

Pudera! Por que V. não adota logo os absorventes **Modess**! Não terá este problema e são tão mais higiênicos e seguros!

GRÁTIS!

Queira me enviar, gratuitamente, um exemplar do livreto "Ser quase mulher... e ser feliz", e 2 amostras de Modess, para o que estou remetendo Cr\$ 2,00 para porte registrado.

Modess

UM PRODUTO
Johnson & Johnson

ANITA GALVÃO Consultora Feminina da Johnson & Johnson
Cx. Postal, 5030 - S. Paulo 1-HHH-25

Nome: Idade:
Rua: N.º:
Cidade: Estado:

Escreva com letra bem legível
(Sentimos não poder atender pedidos vindos de fora do Brasil)

Fonte: Revista Seleções do *Reader's Digest*. Tomo VI, nº 34, novembro de 1944. P. 162.

Aprofundando o tema

Professor/professora: os documentos 1, 2 e 3, são da Coca-Cola e representam em suas ilustrações paisagens e pessoas de países da América Latina: Brasil, Argentina e Cuba.

A presença da Coca-Cola no Brasil fazia parte, indiretamente, dos acordos firmados por Getúlio Vargas e Roosevelt, entre 1941/1942, e que definiram a participação brasileira ao lado dos aliados na Segunda Guerra Mundial. O Brasil cedeu bases no Nordeste às forças estadunidenses e se comprometeu com o esforço de guerra, fornecendo produtos primários como carne, açúcar, café, borracha, entre outros, e, em troca, recebeu aportes financeiros, reequipou as forças armadas com o que havia de mais moderno na época, além de conseguir as bases para a instalação da indústria siderúrgica brasileira.

Amparada por um apurado faro comercial de seu presidente, Robert Woodruff, a Coca-Cola passou a levar seus produtos, por cinco centavos de dólar, a qualquer parte do mundo onde um soldado americano estivesse. Assim, nos países que eram liderados ou ocupados pelos soldados estadunidenses, os técnicos da Coca-Cola ocupavam fontes de água e empresas de bebidas para produzir o líquido que se tornaria símbolo do novo poderio cultural e que surgiria com o fim da guerra.

Desse modo, os anúncios publicitários da Coca-Cola expressavam não apenas o modo de vida americano, mas também os anseios da política de boa vizinhança que se materializavam nas imagens e personagens que representavam o que os idealizadores das peças publicitárias pensavam sobre a América Latina.

Em praticamente todos os anúncios veiculados pela Coca-Cola na revista, durante 1942-1945, há a presença de um casal com uma representação física nos padrões do homem branco norte-americano. Para não se diferenciar tanto dos latinos, público ao qual o anúncio se destinava, os casais das ilustrações são “latinizados”, tendo a cor dos cabelos mais escura e trajados com roupas típicas dos países representados, dependendo do tema abordado. Já os latino-americanos, quando apareciam, eram quase sempre retratados de forma estereotipada.

Ao levar as imagens para análise em sala de aula, é interessante discutir a composição étnica dos povos latino-americanos e se ela corresponde ao que o anúncio busca representar. Trabalhar essas imagens nas aulas de História possibilita direcionar nossos estudantes a buscar um maior conhecimento do continente do qual fazem parte, refletir sobre a composição étnica dos povos que compõem a América e também pensar sobre as questões sociais e, por consequência, sobre difusão do modo de vida americano que se faz tão presente na imagem vislumbrada pelas agências publicitárias.

Apesar de não ser explícito, é possível analisar as imagens pensadas a partir do conceito de Classe. É representado nas imagens um determinado grupo de pessoas com determinadas características físicas, pertencentes a um determinado grupo social. Ao estabelecer um determinado padrão social para apresentar o produto, automaticamente a parte autora do anúncio promove “apagamentos”. Quais os grupos sociais que não aparecem nos anúncios? As atividades praticadas pelos personagens dos anúncios seriam compatíveis com os diferentes grupos sociais do Brasil da década de 1940?

A questão sobre *Classe* se explicita se levarmos em consideração o documento 4. O diálogo das personagens do anúncio da Johnson & Johnson evidencia que o produto (absorvente Modess) é direcionado a consumidora da classe média. Por meio dessa constatação é possível construir a imagem da empregada que não é representada na ilustração, mas aparece no diálogo. Quem seria essa mulher? Qual seria sua aparência?

Disponibilizamos um texto, na sequência, para ampliarmos o debate.

Um texto para refletir

Interseccionalidades: raça, classe e gênero

Até a década de 1970, a análise das feministas radicais era de que o patriarcado e a dominação masculina colocavam mulheres de culturas e classes sociais diversas em uma mesma situação. Existiria, assim, uma “identidade” entre mulheres com base em sua posição nesse sistema de poder: seria possível, portanto, falar em “mulher” e “homem” como categorias universais de referência. Mas, afinal, existem padrões ou estruturas válidas para todas as culturas que permitam falar em uma identidade feminina ou em opressão masculina universal? As mulheres passam pelas mesmas experiências de violência e são igualmente subjugadas apenas por serem mulheres?

As análises e teorias do feminismo, embora criticassem o “essencialismo” biológico da definição homem e mulher, também estavam limitadas por não considerarem a interdependência das relações de poder que perpassam as diferenças de raça, de sexo e de classe. Foram as feministas negras que, no final da década de 1970, criticaram radicalmente o feminismo branco, de classe média e heteronormativo. Em contraponto, as lutas sociais deveriam considerar as diferentes identidades, as interseções de raça, de gênero, de classe e de sexualidades.

Nesse momento, surgiram rupturas importantes nas teorias feministas, dando origem a diversas vertentes: para além do chamado feminismo radical, de origem europeia, nos Estados Unidos desenvolveu-se o feminismo socialista, o feminismo negro e, mais tardiamente, o transfeminismo; nos países periféricos, o feminismo pós-colonial. Essas novas vertentes indicavam que as experiências de opressão se davam de formas diferentes em virtude também de fatores como raça e classe. Surgiu, então, o enfoque da interseccionalidade.

O enfoque da interseccionalidade percebe as diferenças de gênero, raça, classe e orientação sexual de forma integrada, considerando suas interações na realidade social e tendo a preocupação de não hierarquizar as diversas formas de opressão. Analisar as diferenças entre homens e mulheres, por exemplo, mostrou-se insuficiente por não se observarem as diversidades específicas que existem entre homens brancos e negros e mulheres brancas e negras.

Enquanto o feminismo branco e ocidental – expressão que as feministas negras e do terceiro mundo usavam para qualificar o feminismo produzido na Europa –

ressaltava que os espaços domésticos deixados às mulheres, desvalorizando-os, o feminismo negro perguntava: no espaço doméstico não há ainda a hierarquia da mulher branca que paga à mulher negra ou à imigrante para servi-la?

A escritora e feminista negra estadunidense bell hooks* argumenta que as mulheres brancas e de classes mais altas confinaram-se no espaço doméstico como uma forma de recusa à execução de trabalhos normalmente realizados por mulheres negras e de classes populares. Ela destaca ainda que a emancipação de mulheres brancas ocidentais esteve atrelada à subordinação da massa de mulheres de países em desenvolvimento. Um exemplo dessa fala é a necessidade de usar o trabalho de mulheres negras como domésticas e em funções de cuidado como condição para que mulheres brancas e de classes privilegiadas possam ter sua liberdade de trabalhar fora de casa.

As críticas de bell hooks devem muito a outra escritora negra estadunidense, Angela Davis, que fez parte do grupo Panteras Negras, movimento de orientação socialista em defesa dos direitos dos negros. Feminista e socialista, Davis escreveu um dos livros que mais chamaram a atenção para a condição específica da mulher negra, geralmente renegada nos próprios movimentos feministas, como o das sufragistas. A filósofa, no entanto, acredita que algumas situações aproximaram as mulheres negras das brancas, como a luta pela educação.

Fonte: Adaptado de: SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

* bell hooks, pseudônimo de Gloria Jean Watkins, grafado com letras minúsculas, com objetivo de reforçar o conteúdo de suas obras em detrimento da autoria.

DIALOGANDO

- 1 – O documento 1, 2 e 3 que tem como tema personagens e paisagem do Brasil, Argentina e Cuba representa toda diversidade natural, cultural e populacional do Brasil e de outros países da América Latina?
- 2 – Quais os grupos que existiam no Brasil no período em que o anúncio foi produzido, e que não aparecem no anúncio?
- 3 – O que mais chama atenção no anúncio 4? Como seria uma empregada doméstica no Brasil da década de 1940?

Aprofundando o tema

Professor/professora: o Eixo Gênero, Raça e Classe permite reconstruir historicamente os caminhos percorridos pela população negra no Brasil por meio de um resgate da História que envolve o processo abolicionista que mostra, apesar da conquista, que a situação social dos negros continuou extremamente difícil. Poucos possuíam bens ou dinheiro para trabalhar por conta própria ou condições de obter um emprego melhor. Sem receber qualquer indenização ou ajuda do governo essa população se viu entregue à própria sorte.

Como proposta de aprofundamento do tema pode-se trabalhar o texto do historiador José Murilo de Carvalho, “Os sentidos do 13 de maio” disponível abaixo:

OS SENTIDO DO 13 DE MAIO

Qual o sentido do 13 de maio? Há vários sentidos, dependendo da visão de quem analisa a data. Vejamos os três principais:

- 13 de maio “libertação”: a data é vista positivamente, como o momento da abolição da escravatura. É comemorada como doação de liberdade da monarquia, representada pela princesa Isabel, a “Redentora”.
- 13 de maio “enganação”: a data é vista negativamente pois a “abolição” legal da escravidão não aboliu efetivamente a opressão sobre o negro. Para substituir esse 13 de maio “enganação” constrói-se outra data histórica, o 20 de novembro, data provável da morte de Zumbi, que se busca comemorar como o Dia da Consciência Negra.
- 13 de maio “crítico”: a data é vista positivamente, mais sob novo enfoque. Não se valoriza a “dádiva” da monarquia abolindo a escravidão, mas sim a pressão do movimento popular (incluindo o próprio escravo) exigindo a extinção legal da escravidão. Em vez de doação real, a data é vista como conquista popular.

CARVALHO, José Murilo de. In: Folha de São Paulo, 13 de maio 1988. P. B8-9.

Problematizando a situação do negro no Brasil no final do século XIX e início do século XX. Retome as imagens do Eixo e reflita com os/as estudantes sobre a posição ocupada pela população negra no Brasil. Onde eles estavam no contexto da produção dessas imagens?

Aprofunde a reflexão contextualizando historicamente o Brasil do início do século XX com a reforma urbana no Rio de Janeiro e o processo de aprofundamento da desigualdade social que excluía a maioria da população.

A QUESTÃO DA MULHER NO BRASIL

Professor/professora: incentive os/as estudantes a fazer uma pesquisa sobre o feminicídio. Em grupos, façam uma pesquisa sobre violência contra a mulher por meio da internet. É importante manter o anonimato das pessoas. Investigue:

- o contexto da situação de violência;
- a frequência dessas situações;
- as consequências do episódio relatado;

Cada grupo deverá ser responsável por pesquisar aproximadamente três casos e redigir um texto para cada situação de violência. Na aula seguinte, cada grupo deve apresentar os relatos e todos devem realizar um debate discutindo como se pode resolver essa situação.

CONCLUSÕES

Diante do exposto até aqui, é possível perceber as potencialidades da revista *Seleções do Reader's Digest* como fonte histórica para a disciplina de História no Ensino Médio. A publicação, com seu discurso produzido dentro de um determinado momento histórico, evidencia práticas culturais e representações que, por meio da definição de problemas de investigação, conferem ao estudante possibilidades de leituras, interpretações e narrativas. Isso, por sua vez, amplia a capacidade de autonomia de pensamento e, ao mesmo tempo, garante a ele a construção de conhecimento histórico, ferramenta importante para enfrentar os desafios de um cotidiano de constantes transformações.

É importante ressaltar que este trabalho apresenta apenas uma possibilidade de utilização da Revista *Seleções* no contexto de sala de aula. Possivelmente, se essa revista estivesse acessível, trabalhos diferentes, com diferentes abordagens surgiriam da engenhosidade de outros professores de História que buscam cotidianamente materiais para enriquecer suas aulas.

É necessário apontar também que a variedade da fonte imprensa é enorme, e suas possibilidades de pesquisa e utilização são amplas e variadas. Ao longo desse trabalho, tive a oportunidade de encontrar um vasto material que se converteria em produto pedagógico para as aulas de história. Há acervos periódicos espalhados por museus, universidades, bibliotecas e até em meios digitais. Cito aqui, como exemplo a Revista *Cultura Política* que era revista oficial veiculada pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do Estado Novo e, hoje, é disponibilizada pelo Centro de Pesquisa e Documentação Histórica e Contemporânea do Brasil (CPDOC), disponível no site da Fundação Getúlio Vargas.

Quanto à metodologia e os procedimentos possíveis de utilização da fonte como a imprensa, não há uma receita pronta a ser aplicada e que muitas vezes, por mais abrangentes que sejam os esquemas de procedimentos, acabam tendo utilidade muito limitada. Assim, o que apresento aqui é apenas um projeto para ser aplicado numa escola com um determinado perfil sociocultural, e portanto, está aberto para discussões, críticas e reconstruções à medida que é testado e percebido como funciona com os estudantes, em quais dinâmicas podem ser utilizados para apreciar seus resultados.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Cândida Beatriz; PEDROZA, Regina Lúcia Sucupira. Identidade, universidade e integração na América Latina: um estudo de psicologia. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**, Belo Horizonte, v. 24, n. 3, p. 855-874, dez. 2018. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.5752/P.1678-9563.2018v24n3p855-874>>. acessos em 08 mar. 2020.
- BITTENCOURT, Circe Maria Fernandes. **O Saber Histórico na Sala de Aula**, São Paulo: Contexto, 2017.
- BRUNER, J. **A Cultura da Educação**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.
- JASKIU, Janaina. **Papéis em revista**: ensino de História e as representações de gênero na publicidade da revista O Cruzeiro (1930-1975). Ponta Grossa, 2018. 186 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Ponta Grossa.
- LOURO, Guacira Lopes (org.). **O Corpo Educado**. Pedagogias da sexualidade. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica. 2000.
- LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Contexto, 2018. P. 111-153.
- MARTINS GUILLEN, Isabel Cristina. A Batalha da Borracha: Propaganda Política e Migração Nordestina para a Amazônia Durante o Estado Novo. **Revista de Sociologia e Política**, [S.l.], n. 09, p. 95-102, dez. 1997. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/39301>>. Acesso em: 08 mar. 2020.
- MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. **A Guerra como Slogan**: visualizando o *Advertising Project* na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader's Digest* (1942-1945). Rio de Janeiro, 2006. 174 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MORAN, José. Construindo novas narrativas significativas na vida e na educação. In: PORTO, Ana Paula Teixeira; SILVA, Denise Almeida; PORTO, Luana Teixeira. **Narrativas e mídias na escola**. Frederico Westphalen: URI, 2014. p. 43-58.
- MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- OLIVEIRA, Margarida Maria Dias de (Coord.). **História**: ensino fundamental. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2010. (Explorando o ensino, v. 21).
- PARANÁ. **Referencial Curricular do Paraná**. Curitiba, SEED. 2018.
- PAULINO, Carla Viviane [et al.]. **Perspectivas do Ensino de história**: teorias, metodologias e desafios para o século XXI. Curitiba: Intersaberes, 2018.
- PENDERGRAST, Mark. **Por Deus, Pela Pátria e Pela Coca-Cola**: A história não autorizada do maior dos refrigerantes e da companhia que o produz. Rio de Janeiro: Ediouro, 1993.

SILVA, Afrânio. et. al. **Sociologia em movimento**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2016. p. 340-341.

SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2017. P. 141.