

**Em busca das colônias perdidas
a visualidade das propagandas da
Reichskolonialbund entre 1936 e 1943¹**

Naiara Krachenski

Universidade Federal do Paraná

Resumo

A proposta central deste trabalho é entender a importância da linguagem visual no movimento neocolonial alemão. Nesse artigo priorizaremos as propagandas produzidas pela *Reichskolonialbund* (RKB) no período do Terceiro *Reich* e tentaremos compreender de que forma os estereótipos sobre a África eram formulados e/ou reafirmados a partir da visualidade de tais propagandas e em que medida o discurso presente nestas fontes servia como veículo de persuasão e reiteração das propostas da RKB.

Palavras-chave Imperialismo alemão, Terceiro Reich, propagandas, visualidade.

Abstract

The main objective of this paper is to understand the importance of the visual language in the german *neokolonialbewegung*. In this article, we privilege the advertisements produced by the *Reichskolonialbund* (RKB) in the time of the Third *Reich*. We attempt to comprehend in which way the African stereotypes were formulated or reasserted by the visuality contained in those propagandas and the extent to which the speech presented in those sources suited as a vehicle of persuasion and reiteration of the RKB goals.

Keywords German imperialism, Third Reich, advertisement, visuality.

1 Pesquisa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq.

“A luta pela geografia não se restringe a soldados e canhões, abrange também ideias, formas, imagens e representações”.¹

Esta afirmação de Edward Said abre nosso texto porque traduz de forma clara e sem rodeios a proposta central deste trabalho: entender a importância da linguagem visual no movimento neocolonial alemão. Como é sabido, a Alemanha é um país com uma história colonial bastante curta, ao considerarmos o tempo que governou territórios africanos (podemos situar o tempo de mandato formal entre 1884 e 1918). No entanto, trabalhos recentes têm demonstrado a importância que o imaginário colonial ocupava no cotidiano alemão para além das balizas temporais citadas acima.² Um exemplo disso é o movimento neocolonial alemão que teve início logo após a perda dos territórios coloniais em 1919 – uma das resoluções impostas à Alemanha pelo Tratado de Versalhes. A luta pela recuperação das colônias foi uma batalha travada, sobretudo no âmbito ideológico, visto que nos anos 1920 e 1930 poucas foram as políticas oficiais colocadas em prática para reaver o domínio daquelas regiões. No entanto, se os planos de ação dos governos de Weimar e de Hitler não priorizavam a luta pelas ex-colônias, o discurso de uma importante camada da população ligada ao governo (como, por exemplo, ex-governadores das ex-colônias que nesse contexto eram afiliados a partidos políticos do Reichstag) buscou visibilidade em diferentes frentes: desde textos publicados em jornais especializados nas questões coloniais que enfatizavam a importância das colônias na economia alemã, por exemplo,³ até exposições sobre a riqueza colonial e a divulgação de cartões postais com temas ligados à recuperação das colônias.

Neste texto priorizaremos as propagandas produzidas pela *Reichskolonialbund* (RKB) já no período do Terceiro *Reich* e tentaremos compreender de que forma os estereótipos sobre a África eram formulados e/ou reafirmados a partir da visualidade de tais propagandas e em que medida o discurso presente nestas fontes servia como veículo de persuasão e reiteração das propostas da RKB.

1 SAID, Edward. *Cultura e imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011, p. 40.

2 Ver: WILDENTHAL, Lora; ZIMMERER, Jürgen; BERMAN, Russell; RUEGER, Jan; NARANCH, Bradley; KUNDRUS, Birthe; UMBACH, Maiken. “Forum: “The German Colonial Imagination”. In: *German History*. v. 26, n. 2, pp. 251-271, 2008. Disponível em: «<http://gh.oxfordjournals.org/content/26/2/251.short>». Acesso em: 8 jan. 2014.

3 As revistas *Kolonie und Heimat* e *Deutsche Kolonialzeitung* já existiam desde o final do século XIX e eram produzidas pelas sociedades coloniais responsáveis pela manutenção e expansão dos alemães nas colônias (como a *Deutsche Kolonialgesellschaft*, criada em 1887). Tais revistas veiculavam diversas reportagens e imagens sobre os territórios alemães em África e não deixaram de existir com a perda de tais territórios após 1919.

A *Reichskolonialbund* foi formada em 1936 a partir da fusão de sociedades coloniais já existentes e, apesar de se dizer independente, era dirigida por pessoas próximas ao partido Nacional-Socialista. O primeiro presidente da RKB foi Heinrich Schnee, ex-governador da África Oriental Alemã e que já possuía uma importante atuação no movimento neocolonial – em 1924 ele havia escrito um texto que procurava desmistificar “a culpa colonial alemã”, expressão utilizada, sobretudo pelos ingleses como uma forma de incriminar os alemães pelos seus atos nas colônias e justificar a perda de soberania deste país. De fato, como aponta Helmuth Stoecker, a direção da RKB era bastante nazificada: Schnee havia se afiliado ao partido poucos anos antes e o vice-presidente Franz Von Epp era também afiliado ao partido onde, inclusive, ocupou posições importantes em anos anteriores – em 1932 ele havia se tornado chefe do setor colonial do partido nazista.⁴ Dessa forma, a RKB tornou-se o órgão oficial produtor da propaganda que tinha como objetivo manter inflamada a “questão colonial”. Aqui é importante destacar o papel crucial da propaganda nesse contexto. Como afirmamos de maneira rápida anteriormente, o governo hitlerista não se ocupou de forma prática com a questão colonial. Na realidade, até a formação da RKB o problema das colônias africanas ficou em segundo plano, visto que o Führer priorizava políticas de expansão para dentro da Europa e mantinha as preocupações com as ex-colônias para as organizações privadas. No entanto, a partir de 1936 a questão colonial passou a ser um assunto importante na agenda política oficial e a propaganda foi o principal veículo pelo qual tal assunto foi explorado no *Reich*.

A figura 1 é um cartaz em que vemos o mapa do continente africano com as indicações dos territórios alemães perdidos (Togo, Camarões, África Oriental e África do Sudoeste). O que chama a atenção do leitor em uma primeira vista é o tamanho das fontes em que o título principal está escrito: “Aqui também é território alemão” ocupa quase dois sextos do cartaz, enquanto o mapa africano preenche os outros quatro sextos (traçando linhas horizontais paralelas). Nesse sentido, em uma primeira leitura, texto e imagem estão praticamente em pé de igualdade na diagramação deste cartaz, ainda que a imagem possua maior destaque. Já o texto que figura dentro do mapa faz referência à RKB e, nesse sentido, aponta sua vinculação institucional ao mesmo tempo em que apresenta claramente qual é o órgão que assume o discurso neocolonial. Importa-nos deixar claro desde já que a relação entre linguagem verbal e linguagem visual possui importância capital no trabalho com estas fontes. É difícil depararmos com propagandas em que a imagem esteja sozinha ou que o texto seja o único elemento presente. Nesse sentido, as nossas análises sempre levam em conta a relação destas duas linguagens e em que medida uma influencia na interpretação da outra e,

4 STOECKER, Helmuth. *German Imperialism in Africa*. Londres: C. Hurst & Company, 1986, p. 342.

dessa forma, produzem efeitos de sentido a partir de sua interação. Assim sendo, a afirmação de que “lemos o que vemos e vemos o que lemos”⁵ é uma diretriz que adotamos em nossas análises.

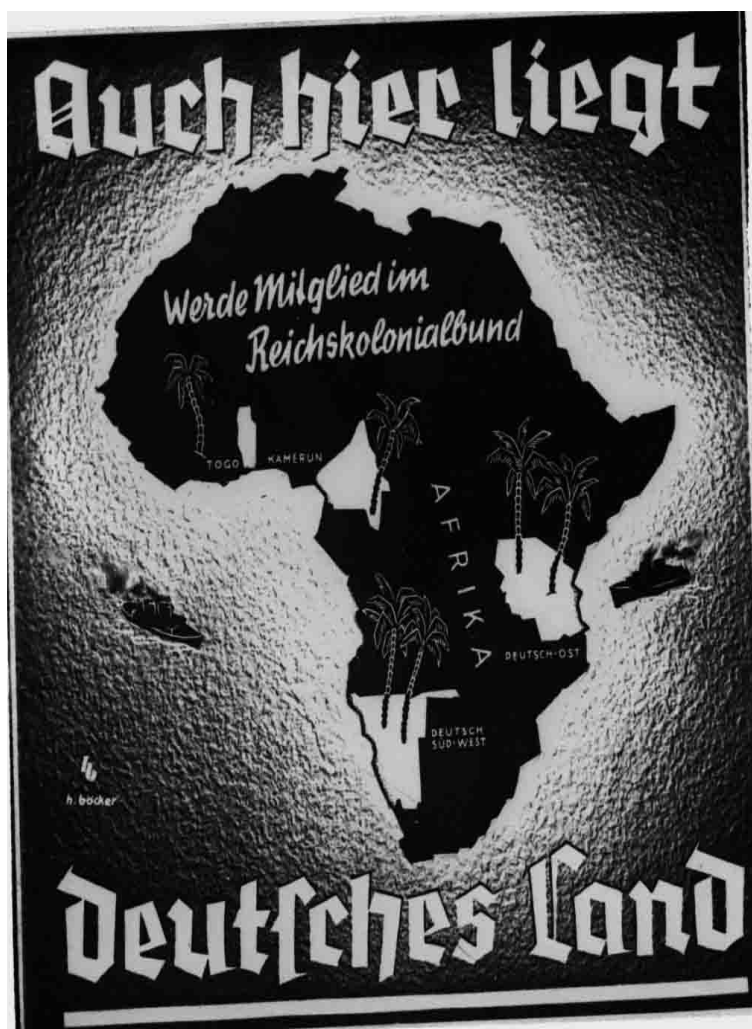


Figura 1 Aqui também é território alemão. Torne-se membro da Reichskolonialbund. Dentro do mapa: Junte-se a Reichskolonialbund. Disponível em: <<http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>> – número de referência 039-7065-18.

Outra característica formal desta imagem que destaca o mapa é o contraste entre o claro e o escuro. A borda mais clara ao redor do desenho do continente cria o efeito visual do oceano e também serve como uma moldura para o mapa. Tais aspectos formais – interpenetração das linguagens visual e verbal, contraste claro-escuro, delimitação dos territórios perdidos – denotam a territorialidade alemã em ultramar. Em um sentido complementar, esta imagem

5 LANGBEHN, Volker. “The Visual Representation of Blackness during German Imperialism around 1900”. In: ZIMMERER, Jürgen; PERRAUDIN, Michael (E.). *German Colonialism and National Identity*. Nova York: Routledge, 2011, p. 95.

conota o vazio do território africano que, no entanto, é valioso graças aos seus recursos naturais – exemplificados com as palmeiras desenhadas sobre as ex-colônias. Além disso, o tema da conquista e da dominação pode ser vislumbrado pelas embarcações que figuram ao lado do mapa. Tais embarcações identificam-se com a modernidade industrial europeia (neste caso, alemã) pelo fato de apresentarem-se como navios a vapor, ou seja, trazem consigo um símbolo da sociedade industrial europeia em contraste com uma sociedade africana “selvagem e atrasada” que, de acordo com a visão europeia do período, não seria capaz de produzir tais artefatos.

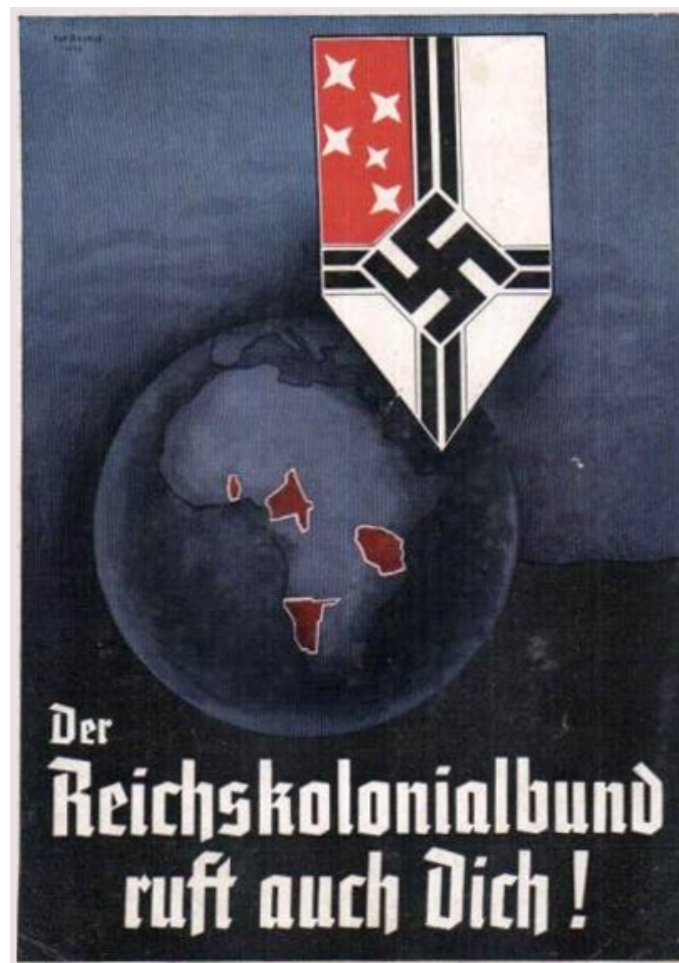


Figura 2 A Reichskolonialbund chama você também! Disponível em: «<http://www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de/>» – número de referência 039-7034-04 (cartaz) e «www.delcampe.net/page/item/id,178893976,var,135867Propaganda-AK-Der-Reichskolonialbund-ruft-auch-dich-Alf-Bayle,language,G.html» (cartão postal).

As figuras 2 e 3 apresentaram-se ao público tanto em forma de cartaz quanto de cartão postal. Assim como todos os outros cartazes que analisamos aqui, estes se faziam presentes nas exposições coloniais que eram organizadas e realizadas pela RKB⁶ (ver anexo 1). Tais exposições tinham como objetivo mostrar aos espectadores a importância das colônias perdidas. Ao lado de cartazes de cunho propagandístico como estes, observamos uma série de cartazes que explicam o ciclo econômico colonial, que expõem os números das importações e exportações utilizando-se da visualidade de gráficos para projetar os crescimentos e as perdas e cartazes que apresentam retratos de autoridades coloniais e governamentais. Além disso, nestas exposições figuravam inúmeros mapas que demonstravam a quantidade territorial alemã em comparação com outros países (sobretudo Inglaterra, França e Bélgica), além de expor um sem número de objetos pertencentes aos nativos africanos, tais como objetos para caça e pesca e objetos de uso cotidiano. É importante mencionar que, ainda que tais eventos não tenham sido fechados ao público em geral, ainda não conseguimos mensurar o impacto das exposições na vida cotidiana dos cidadãos do *Reich*. O que podemos afirmar é que pessoas ligadas de uma forma mais próxima ao partido eram os espectadores por excelência dessas exposições.

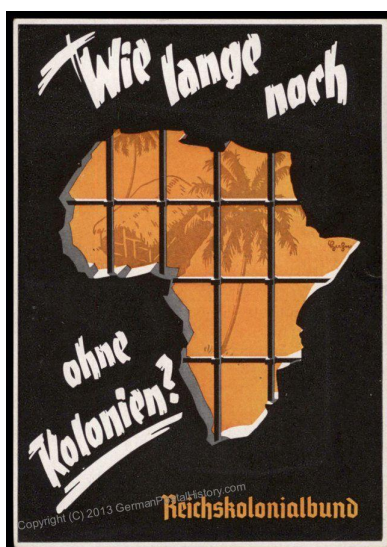


Figura 3 Mais quanto tempo sem colônias? In: «www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de» – número de referência 039-7065-16 (cartaz) e www.germanpostalhistory.com (cartão postal).

6 Cabe-nos mencionar que o site em que as fontes estão hospedadas contém uma série de fotografias das Exposições Coloniais de Bremen, em 1938 e de Viena, em 1939. Ver: «www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de».

É certo que enquanto cartões postais estas imagens provavelmente circularam por um público mais amplo. Volker Langbehn lembra-nos da importância dos postais como uma mídia visual popular e inserida na lógica da cultura de massa, uma vez que a linguagem empregada em tais cartões era simples e de fácil compreensão. Nesse sentido, os postais (assim como os cartazes) possuíam uma função pedagógica, pois “forneciam a última mídia para ilustrar a história imperial da Alemanha”.⁷

A figura 2 também apresenta-nos um mapa, porém aqui é representado todo o globo ao invés de somente o continente africano, ainda que este seja o foco de onde parte a construção do mapa. Também aqui, assim como na figura 1, os territórios que pertenciam à Alemanha são destacados e delimitados a partir do contraste entre o azul que predomina ao fundo da imagem e o vermelho que realça tais territórios. O imperativo empregado na construção do texto que compõe esta imagem lembra-nos das reflexões de Hannah Arendt sobre a propaganda totalitária. Segundo a autora, um dos sucessos da propaganda totalitária é o de realizar uma conexão entre o indivíduo (que vive em um mundo atomizado) com uma coletividade, ou seja, cria-se a partir da ideia difundida pela propaganda um vínculo entre o sujeito e o corpo social e político sobre o qual tal propaganda está alicerçada.⁸ A partir daí, podemos afirmar que o chamamento da *Reichskolonialbund* é uma tentativa não só de angariar adeptos, em um sentido mais prático, como também é uma tentativa de criar um sentimento de unidade e identificação dos cidadãos alemães com a causa das colônias perdidas e, conseqüentemente, com a luta pelo espaço vital, a luta pela defesa da soberania da Alemanha para com aqueles territórios, em suma, com a luta dos direitos da nação alemã como um todo. Além disso, figura de forma bastante chamativa na parte superior da imagem o símbolo oficial da *Reichskolonialbund*, aqui já deixando claro o seu caráter oficial por ostentar a suástica, símbolo característico do partido nazista.

Já a figura 3, ao invés de conclamar o cidadão a juntar-se às causas da RKB, o questiona sobre a duração da atual situação. Tal questionamento sugere a urgência de se posicionar frente a tal conjuntura ao mesmo tempo em que alude à incapacidade da Alemanha de fazer frente contra os outros países europeus justamente pelo fato de não ser um país mãe de terras longínquas. Tal interpretação pode ser apoiada pela imagem da grade que se sobrepõe ao mapa da África. A grade conota um sentido de aprisionamento, de afastamento em relação ao objeto de desejo. Nesse sentido, fica clara a interpretação de que tal alheamento da Alemanha em relação às colônias foi algo imposto pelos países mandatários quando do fim da I Grande Guerra. Em outro nível de leitura, o continente africano é representado como um

7 LANGBEHN. *Op. cit.*, p. 92.

8 ARENDT, Hannah. *Origens do totalitarismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 397.

bloco homogêneo que se caracteriza unicamente por suas riquezas naturais (note-se novamente a presença de palmeiras) e a casa que figura na imagem é uma construção simples que denota o rústico e o caráter primitivo do continente.

As figuras 4 e 5 também representam a África a partir de uma ótica homogeneizante, na medida em que reforçam o estereótipo de um continente desprovido de “cultura” e “civilização” digno somente de suas belezas e riquezas naturais. Aqui é importante salientarmos a oposição existente entre o conceito de cultura e o conceito de natureza que, apesar de ter uma longa história, ainda apresentava-se como um fundamento basilar no pensamento ocidental moderno. A partir de tal concepção, entende-se cultura como equivalente à civilização europeia e, portanto, cultura é definida a partir da supremacia da razão nas atividades humanas e do elogio ao progresso técnico. Nesse sentido, tudo o que estivesse fora do âmbito da civilização estaria ligado ao que é primitivo, àquilo que é próximo à natureza. Dessa forma, a partir dessa concepção binária de mundo – dividido entre os civilizados e os primitivos – a África é apresentada fora dos limites da civilidade a partir das suas representações enquanto um paraíso natural ou, em muitos casos, como lócus por excelência da selvageria humana.



Figura 4 Companheiro, apresente-se na frente de batalha colonial atrás do Führer e lute com a Reichskolonialbund. In: «www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de» – número de referência 039-7065-03.



Figura 5 A Reichskolonialbund luta para a propagação do pensamento colonial para todo o povo alemão. Ela também precisa de você! In: «www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de» – número de referência 039-7065-04.

A figura 4 apresenta uma paisagem das ex-colônias em um formato que remete ao estilo fotográfico de construção de imagem. O que vemos é um desenho e, no entanto, ele mantém algumas características da fotografia, tais como o enquadramento e a noção de o que se vê é uma representação fiel à realidade. O chamamento feito por essa propaganda prevê a existência de um conflito bélico em nome das colônias perdidas. Nesse sentido, ao espectador é delegado um papel bastante claro: o de se submeter às decisões do Führer enquanto membro da RKB, em perfeita harmonia ao estado extremamente hierárquico do Terceiro Reich.

Já a figura 5 apresenta um discurso diferente: enquanto a figura 4 procura angariar membros para a RKB e define seus lugares neste arranjo social, a figura 5 expõe ao espectador seu objetivo principal – “luta para a propagação do pensamento colonial” – e sublinha a necessidade de o cidadão alemão compreender e se alinhar a tal perspectiva. Na figura 5, no entanto, a ilusão de realismo da imagem é deixada de lado, na medida em que os traços do desenho estão bastante evidenciados. Apesar de tal diferença estilística, contudo, ambas as imagens apresentam a África como um paraíso natural, rico em matérias primas como óleo de palma e marfim. Nesse sentido, o continente é um lugar ainda pouco explorado e que oferece a Alemanha recursos de diferenciação no cenário econômico mundial – conforme, é claro, o discurso oficial propagado, pois, na realidade, as colônias africanas serviram muito pouco à melhora da economia alemã como um todo, tendo beneficiado somente uma pequena parcela da população; o que era ostentado pela pequena burguesia nacionalista era, sobretudo, o status de país dominante e a ideia de uma nação forte que comanda e subjuga outros povos.⁹

Além da ótica do exótico, essas duas imagens apresentam uma característica lúdica, diferentemente das outras figuras. A figura 4 com seu estilo fotográfico de construção da imagem apresenta um lugar paradisíaco, que remete a um cenário de publicidade turística. Observamos aí, então, uma outra interpretação possível: o cidadão que se alistar para a luta poderá conhecer também estas belas paisagens tropicais. Nessa mesma linha de raciocínio, a gravura do elefante na figura 5 remete a desenhos de histórias em quadrinhos e livros infantis. Devemos lembrar, mais uma vez, que o imaginário colonial desse contexto havia sido construído de uma maneira efetiva também pelo discurso da literatura de aventura, ou seja, estão em jogo aí não só os estereótipos da África enquanto um lugar rico e inexplorado, mas também as imagens da África como o lugar por excelência da aventura.

Como podemos observar a partir da figura 6, a África era também representada a partir da ótica do exótico, assim como nas imagens precedentes, em que a ideia de exótico figura na representação da paisagem tropical e do elefante, por exemplo. Esta imagem, também veiculada enquanto cartão postal, apresenta o mapa do continente com as marcações das colônias perdidas emoldurado por nativos. Aqui a ênfase ao nativo exótico dá lugar às representações do negro no início do século (quando da guerra dos Herero na África do Sudoeste em 1904-1908), quando este era apresentado ora como o nativo rebelde e bárbaro, ora como derrotado, evidenciando, dessa forma, o poderio das tropas coloniais alemãs em subjugar o rebelde.¹⁰ No contexto em que trabalhamos, sobretudo tendo em vista esta

9 Ver: BREPOHL DE MAGALHÃES, Marion. *Imaginação literária e política: os alemães e o imperialismo – 1880-1945*. Uberlândia: Edufu, 2010.

10 CIARLO, David. “Picturing Genocide in German Consumer Culture, 1904-1910”. In: ZIMMERER, Jürgen & PERRAUDIN, Michael (Ed). *German Colonialism and National Identity*. Nova York:

imagem em particular, a característica do exótico retira do negro seu caráter de rebelde ou bárbaro, ele é simplesmente passivo às transformações que ocorrem nos territórios que habita, quase, inclusive, incapaz de entender o que se passa. Nesse sentido, o tom de “missão civilizacional” está estreitamente ligado a esta imagem passiva, de seres que são simplesmente exóticos, porém inofensivos. Além disso, a presença de figuras femininas nesta propaganda está inserida dentro de uma lógica de representação do continente africano que já estava bem consolidada neste contexto. Segundo J. Harley,¹¹ a sexualidade feminina era bastante explorada nas representações de África e também de outros continentes para explicitar o caráter da dominação masculina da sociedade europeia. Também Susan Sontag observou tal característica da submissão na estética do fascismo:

Estéticas fascista incluem, porém vão muito além da celebração deveras especial do primitivo (...). Mais frequentemente, elas nascem de (e justificam) uma preocupação com situações de controle, de comportamento submisso, de esforço extravagante e de resistência à dor.¹²



Figura 6 Aqui também é solo alemão. In: «<http://www.germanpostalhistory.com>».

Routledge, 2011, p. 71.

- 11 HARLEY, J.B. *The new nature of maps*. Baltimore/Londres: The Johns Hopkins University Press, 2001, pg. 79.
- 12 SONTAG, Susan. “Fascinante fascismo”. In: *Sob o Signo de Saturno*. Tradução de Ana Maria Capovilla e Albino Poli Jr. São Paulo: L&PM, 1986, p. 72.

A partir do estudo dessas imagens, concluímos nosso texto esclarecendo os objetivos iniciais. O questionamento sobre os estereótipos da África e do africano a partir da visualidade das nossas fontes provém de uma leitura de Ernest Gombrich. Segundo este autor, a impressão visual do produtor de uma imagem está sempre ancorada em impressões anteriores, visuais ou não. O que Gombrich denomina de *schemata* é aquilo que reconhecemos como estereótipo: o produtor da imagem só é capaz de perceber e representar o mundo a sua volta a partir de determinados códigos visuais já estabelecidos (o que não retira, segundo o autor, a capacidade de originalidade do artista; no entanto, tal originalidade está de certo modo limitada por tais códigos): “O familiar será, sempre, o ponto de partida para a representação do desconhecido. Uma representação existente exerce sempre fascínio sobre o artista, mesmo quando ele se esforça para registrar a verdade”.¹³ A partir de tal entendimento de estereótipo, podemos afirmar que as imagens veiculadas pelas propagandas aqui analisadas não fogem ao padrão de representação da África e do africano de sua época ou de épocas precedentes. A crença de que o continente africano era um local para extração de riquezas data de muitos séculos antes do imperialismo europeu. Por outro lado, a ideia do africano como o último na hierarquia racial é bem mais recente, alinhando-se às teorias racialistas que tem início no fim do século XVIII e conquistam seu apogeu durante o século XIX. A partir do conceito de raça, foi possível pensar e colocar em prática uma política de subjugação das raças ditas inferiores – como os africanos, mas também os asiáticos.

Contudo, ainda que possamos notar tais características em nossas propagandas, o que as define antes de tudo é demonstrar porque a África importa para os alemães. Notamos a partir dessas figuras o discurso da riqueza natural do continente e da necessidade de uma missão civilizatória. Entretanto, para além disso, podemos perceber também um discurso sobre a posição da Alemanha naquele momento, ou seja, a partir das apropriações estereotipadas da África e dos africanos essas propagandas constroem um estereótipo da sua própria nação: um país forte que foi humilhado pelas imposições do Tratado de Versalhes e que procura acertar as contas com os outros países europeus. É a partir desse entendimento que nosso outro questionamento se apóia: concordando com a afirmação de Rosane Kaminski de que os objetos ficcionais produzem efeito no real, na medida em que criam uma mediação necessária para se pensar a própria realidade,¹⁴ entendemos que a circulação de tais propagandas, seja como cartazes, seja como cartões postais procuravam informar os cidadãos do Reich sobre a necessidade de reaver as colônias e as maneiras pelas quais isso poderia ser

13 GOMBRICH, Ernest. *Arte e ilusão: um estudo da psicologia da representação pictórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2007, p. 72.

14 KAMINSKI, Rosane. “Reflexões sobre a pesquisa histórica, a ficção e as artes”. In: KAMINSKI, Rosane; FREITAS, Artur. *História e Arte: encontros disciplinares*. São Paulo: Intermeios, 2013, p. 79.

feito. Como afirmamos anteriormente, não somos capazes de mensurar a recepção de tais propagandas pela população alemã do período. Dessa forma, pensamos na função de tais propagandas a partir dos conceitos de persuasão e de reiteração. O primeiro fica bem claro ao constatar a própria natureza da fonte em questão: toda e qualquer propaganda almeja convencer seu destinatário das suas afirmações. Já a questão da reiteração aparece quando observamos que os freqüentadores das exposições coloniais eram por excelência pessoas que já tinham ligação com o movimento neocolonial. Entretanto, apesar da dificuldade de delimitar a recepção de tais imagens, interessa-nos salientar, sobretudo, que a própria motivação de produzir e fazer circular tais mensagens já denota um esforço de colocar a questão colonial na pauta do dia. O que buscamos apreender com nossas análises é como o desejo pelo poder pode criar percepções de si e dos outros. Sobretudo com as figuras apresentadas aqui podemos pensar que o desejo de retomar as colônias perdidas não passou de caprichos desenvolvidos por uma classe de industriais que enriqueceu com a aventura imperialista, mas que tais caprichos levaram uma parte da população à ação e proporcionaram a outra parte uma esperança de ver sua nação erguer-se novamente enquanto potência imperial.

Retomando o pensamento de Said, a luta do movimento neocolonial alemão por espaço no globo deve ser trabalhada a partir das suas imagens e representações, as armas mais poderosas que os agentes imperialistas encontraram para demarcar seu lugar na política do Terceiro *Reich*.



Figura 7 Cartazes “Mais quanto tempo sem colônias?” e “A Reichskolonialbund chama você também!” em uma Exposição Colonial. In: «www.ub.bildarchiv-dkg.uni-frankfurt.de» – número de referência 044-7055-01.

