

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
ESCOLA DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES E HUMANIDADES
CURSO DE LICENCIATURA DE HISTÓRIA**

LARISSA MARTINS MACHADO

**A PROPAGANDA POLÍTICA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE ADOLF
HITLER**

GOIÂNIA

2022

LARISSA MARTINS MACHADO

**A PROPAGANDA POLÍTICA NA CONSTRUÇÃO DA
IMAGEM DE ADOLF HITLER**

Monografia apresentada na Escola de Formação de Professores e Humanidades da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Licenciatura em História, sob orientação da Prof^a. Dr.^a Maria Cristina Nunes Ferreira Neto.

GOIÂNIA

2022

Machado, Larissa Martins

A Propaganda Política na Construção da Imagem de Adolf Hitler / Larissa Martins Machado — Goiânia: Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Escola de Formação de Professores e Humanidades. PUC GO, 2021.

107f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura plena em História) — Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Escola de Formação de Professores e Humanidades. PUC GO, 2022

Orientador (a): Dra. Maria Cristina Nunes Ferreira Neto

Avaliador (a): Me. Simone Cristina Schwartz

1. Hitler 2. Poder. 3. Nazismo. 4. Propaganda 5. História Política. I. Título.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES E HUMANIDADES
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA
COORDENAÇÃO DE PESQUISA



Monografia nº _____ Semestre 2022-2

Autor: Larissa Martins Machado

Título: A Propaganda Política na Construção da Imagem de Adolf Hitler.

TERMO DE APROVAÇÃO

O trabalho foi apresentado durante a XIV Semana Científica de História, realizada entre 05 de Dezembro e 09 de Dezembro de 2022, conforme as “Normas de Monografia” da Coordenação de Pesquisa em História, instituídas pela Coordenação de História por intermédio do Ato Próprio Normativo nº 001/2017. A candidata foi arguida pelos docentes nomeados abaixo e seu trabalho de conclusão de curso, requisito parcial para a obtenção do título de Professora Licenciada em História, considerado:

APROVADA com CONCEITO B.

Goiânia, de 08 de dezembro de 2022.

Orientador:

Profa. Dra. Maria Cristina Nunes Ferreira Neto

Banca Avaliadora:

Profa. Me. Simone Cristina Schmatz

Coordenação de Pesquisa em História. Escola de Formação de Professores Humanidades, 5º Andar. Rua 227, Qd. 66, nº 3.669 – CEP 74.605-080. Telefone: +55(62) 3946 168

LARISSA MARTINS MACHADO

**A PROPAGANDA POLÍTICA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE
ADOLF HITLER**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado como
requisito parcial para obtenção de grau de licenciada em
História, pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Data de aprovação: 08/12/2022

Banca Examinadora

Me. Simone Cristina Schwartz: (Membro interno)

Maria Cristina Nunes Ferreira Neto (Orientadora)

Goiânia, 08 de Dezembro de 2022

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, que me possibilitou estar em uma das maiores Universidades do país e por ter me abençoado até o final do curso e, conseqüentemente, realizar este trabalho.

De maneira especial, agradeço aos meus pais Vânia e Anderson e minha irmã Waléria por estarem comigo durante toda essa trajetória, e por sempre terem me incentivando a nunca desistir de meus sonhos e objetivos. E obrigada também aos meus amigos por estarem comigo nesta caminhada, sem vocês ao meu lado nada disso teria acontecido para a finalização deste curso.

Prosseguindo, venho agradecer a todo corpo docente do Curso de História da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, por todo ensinamento e pelas oportunidades de Bolsas no Vestibular Social e CAPES, com certeza esse aporte financeiro fez toda diferença na minha trajetória e sempre serão lembrados com gratidão por mim.

Também não poderia deixar de agradecer a minha professora e orientadora Dra. Maria Cristina Nunes Ferreira Neto, que com maestria e paciência me auxiliou na execução deste trabalho e sem dúvidas fez total diferença.

Agradeço também a minha banca avaliadora professora Simone Schwartz por se disponibilizar a ler este trabalho, meu muito obrigada!

A propaganda não desempenha apenas uma função estratégica, mas cumpre também um papel fundamental na formação e consolidação do imaginário nacional-socialista. Por isso, ela não pode ser vista como simples instrumento de conversão política. O mundo totalitário se constrói em torno de uma “realidade” artificial caracterizada pela manipulação dos fatos pela abordagem propagandística (PESAVENTO, 2004, p. 75).

RESUMO

A presente monografia tem como objetivo analisar e compreender a consolidação da imagem de Adolf Hitler, destacando a construção e a articulação política de sua imagem para promover o convencimento e adesão dos cidadãos alemães ao Führer e ao governo nazista. Este trabalho foi realizado a partir de pesquisas bibliográficas em livros, trabalhos acadêmicos e fontes eletrônicas sobre a temática. Demonstra que Adolf Hitler, com suas ideias totalitárias e um projeto de dominação, angariou reconhecimento expressivo do povo alemão, que vivia as consequências nefastas advindas da primeira Guerra Mundial (1914-1918), e que se encontravam desesperançosos; quando Hitler soube aproveitar esse momento, utilizando com propriedade a propaganda política como instrumento de poder. O estudo apresenta esse processo, apresentando análises de alguns cartazes e frames de filmes, discursos e cartas enviadas a Hitler pelos seus adeptos. O estudo realizado permitiu a compreensão das manipulações criadas por Hitler e pelo Partido Nazista, para doutrinar, em especial, os jovens, e disseminar a ideologia nazista.

Palavras –Chaves: Hitler; Poder; Nazismo; Propaganda Política; História.

ABSTRACT

This monograph aims to analyze and understand the consolidation of Adolf Hitler's image, highlighting the political articulation of the image to the conviction and adherence of German citizens to the Führer and the Nazi government. This work was carried out based on bibliographic research in books, academic works, and electronic sources on the subject. It demonstrates that Adolf Hitler, with his totalitarian ideas and domination project, garnered great recognition from the German people, who were experiencing the disastrous consequences of the First World War (1914-1918), and were hopeless; when Hitler knew how to take advantage of that moment, properly using political propaganda as an instrument of power. The study presents this process, presenting analyzes of some posters and film frames, speeches and letters sent to Hitler by his supporters. The study carried out allowed the understanding of the manipulations created by Hitler and the Nazi Party, to indoctrinate young people, and disseminate the Nazi ideology.

Keywords: Hitler; Power; Nazism; Politics Advertising; History.

LISTA DE FIGURAS

Figura - 1 Cartaz do filme Triunfo da Vontade 1935	25
Figura 2- Filme Olympia de leni Riefenstahl -1938.....	27
Figura 3- Culto ao corpo.....	28
Figura 4- Hitler descendo as escadas em uma das cenas do filme Triunfo da Vontade 1935	29
Figura 5 – Jovens Nazistas no filme O triunfo da Vontade.....	30
Figura 6- A construção do Ornamento de Massa em Olympia, Festa da Beleza.....	31
Figura 7- Saltos ornamentais em Olympia, Festa da Beleza.....	31
Figura 8: Leni Riefenstahl em seu Processo de Desmitificação, em 1952, em Berlim.....	33
Figura 9 -Divulgação do filme Tiefland (1954)	33
Figura 10 - Suástica.....	34
Figura 11 - Heil Hitler	35
Figura 12- Águia.....	36
Figura 13- as eleições da Chancelaria, em novembro de 1932.....	37
Figura14- Hitler está construindo ajude ele. Compre produtos alemão.....	39

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO 1- A POLÍTICA DA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE ADOLF HITLER	14
1.1 - A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE ADOLF HITLER	14
1.2 - O GOVERNO NAZISTA E O CINEMA DE LENI RIEFENSTAHL.....	18
1.3 - CARTAS DE APOIADORES DE HITLER	20
CAPÍTULO 2 – A CONSOLIDAÇÃO DAS IMAGENS NO GOVERNO NAZISTA	24
2.1 – LENI RIEFENSTAHL E O CINEMA NAZISTA	24
2.2 – O USO DE SÍMBOLOS NAZISTAS: REPRESENTAÇÕES E SIGNIFICADOS.....	34
2.3 – O DECLÍNIO DO PARTIDO NAZISTA	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

INTRODUÇÃO

A formação da política do governo nazista já estava em andamento mesmo antes da eclosão da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), e tinha como objetivo central a dominação mundial, com a Alemanha na posição de potência hegemônica. Nesse processo, este trabalho procura demonstrar como se deu a construção da imagem de Adolf Hitler por meio de alguns meios de comunicação como propagandas políticas, filmes, cartazes e cartas de apoiadores do governo nazista.

O Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães - NSDAP – se tornou o sustentáculo desse governo. Era um partido político de origem alemã que se encontrava sob o domínio de Adolf Hitler, de 1921 até 1945, com o final da segunda Guerra Mundial (1939-1945). O NSDAP professava uma ideologia ancorada no “Nacional Socialismo”, no autoritarismo, no nacionalismo exacerbado, no antissemitismo, na questão racial, na rejeição a democracia e no combate de morte ao marxismo/comunismo. Este período ficou marcado pelo autoritarismo, intolerância, dominação, extermínio de milhares de inocentes e por uma grande mobilização para formação e propagação das ideias nazistas através de propagandas no meio político e social.

Antes mesmo de Hitler subir ao poder, a Alemanha se encontrava em um dos piores momentos já vividos por aquela sociedade, que se encontrava muito ressentida emocional e economicamente devido as complicações deixadas após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Situação que deixou os alemães em extrema insegurança quanto ao futuro de suas vidas, levando-os à esperança de que pudesse acontecer algo para salvá-los de tal situação.

Como nos explica Mazower (2001, p. 147-149), o Tratado de Versalhes de 1919, com suas promessas de paz e democracia não garantiu à Alemanha destruída pela Primeira Guerra Mundial, as garantias para o seu soerguimento. Pelo contrário, contribuiu para despertar ressentimentos com os “castigos” impostos a Alemanha, que saiu como a única culpada pelo desfecho da guerra; como também serviu para que parte da sociedade passasse a “desacreditar” na democracia, permitindo a emergência de um líder autoritário. Com esse cenário propício, Hitler se tornou o Führer para os alemães e, também, para seus aliados na Europa até 1940, o governante capaz de estabelecer uma “Nova Ordem” (nazista) no continente europeu, com a promessa de que o Terceiro Reich lhes garantiria a paz por mil anos.

Foi justo neste cenário político e social de ressentimentos e inseguranças que possibilitou que surgisse alguém como “salvador da Pátria, ou seja, Adolf Hitler, um desconhecido até então que se apresentou com discursos convincentes e sedutores, colocando-se como o líder “predestinado” para tirar o país daquela terrível situação, prometendo soerguer e dar a Alemanha e a seus cidadãos um futuro glorioso.

De forma que o principal objetivo com esta pesquisa foi entender como o Partido Nazista, capitaneado por Adolf Hitler, conseguiu implementar um mecanismo de convencimento popular tão eficiente a milhares de pessoas que aderiram a ideologia nazista e, dessa forma, ajudaram a propagar ainda mais sua política totalitária.

No desenvolvimento do primeiro capítulo, retomamos o contexto histórico da Alemanha no período que antecedeu a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), quando ocorreu a ascensão rápida de Adolf Hitler à posição de líder, que contou com a ajuda de Joseph Goebbels e da cineasta Leni Riefenstahl no processo de construção tanto de sua imagem como do nazismo. Como fundamentação teórica foram buscados alguns autores que estudaram a temática como Alcir Lenharo, em seu livro *O Triunfo da Vontade* (2003), Richard Evans em *A Chegada do Terceiro Reich* (2010), Mark Mazower com *Continente Sombrio: a Europa no Século XX* (2001), Victor Klemperer em *A Linguagem do Terceiro Reich* (2009), Jeanine Drummond em *O Nazismo na Percepção dos Apoiadores de Hitler* (2017) e Wagner Pinheiro com *O Império das Imagens de Hitler* (2008).

No segundo capítulo apresentamos como a cineasta Leni Riefenstahl conseguiu propagar com maestria as imagens de Adolf Hitler e do nazismo em seus filmes, demonstrando, assim, o seu grande empenho em realizar estas filmagens para promover o Führer, o convencimento e a adesão da população ao governo nazista. Para isto, foram apresentados e discutidos os filmes de Leni Riefenstahl: *O Triunfo da Vontade* (1935), *Olympia* (1938) e *Tiefland* (1954). Para subsidiar o capítulo, priorizamos o livro *O Fim do Terceiro Reich: a destruição da Alemanha de Hitler* (2010), de autoria de Iam Kershaw.

CAPÍTULO 1- A POLÍTICA DA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE ADOLF HITLER

Neste capítulo apresentamos a formação da política do governo nazista alemão, que já estava em andamento mesmo antes da eclosão da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), que tinha como objetivo central uma dominação internacional, com a Alemanha na posição de potência hegemônica. Nesse processo, procuramos demonstrar como se deu a construção da imagem de Adolf Hitler através de alguns meios de comunicação como propagandas políticas, filmes, cartazes e cartas de apoiadores do governo nazista.

1.1 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE ADOLF HITLER

A construção de uma política de extrema-direita na Alemanha estava sendo construída, de fato, antes da Segunda Guerra Mundial. Por volta de 1920, o Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP) foi criado por Adolf Hitler com o intuito de vencer as eleições e dominar o mundo inteiro. Para isso, o partido defendia uma ideologia nomeada de Nacional Socialismo que defendia de forma exacerbada o nacionalismo, o antissemitismo e a superioridade dos povos arianos, ao mesmo tempo que travava uma luta perversa e incessante contra a democracia e o comunismo.

Vários autores, ao longo dos anos, vêm discutindo o posicionamento de liderança de Hitler e suas estratégias utilizadas para convencer a sociedade alemã após a derrocada da Alemanha na Primeira Guerra Mundial. Dentre eles destacamos Pesavento (2004), que afirma a importância da propaganda nesse exercício de convencimento:

A propaganda não desempenha apenas uma função estratégica, mas cumpre também um papel fundamental na formação e consolidação do imaginário nacional-socialista. Por isso, ela não pode ser vista como simples instrumento de conversão política. O mundo totalitário se constrói em torno de uma “realidade” artificial caracterizada pela manipulação dos fatos pela abordagem propagandística (PESAVENTO, 2004, p. 75).

Com a afirmação de Pesavento (2004) podemos compreender a importância da propaganda para a dimensão que o Partido Nazista, o NSDAP, alcançou. Hitler, aproveitando a angústia e o ressentimento dos alemães por terem perdido a guerra e por estarem enfrentando uma economia em ruínas, se mostrou ainda mais determinado em se colocar como o “salvador”

da Alemanha e a remover quaisquer empecilhos que pudessem lhe atrapalhar alcançar seus objetivos. Para isso, a primeira “arma” a ser usada foram justamente as propagandas políticas.

Primeiramente, Hitler se cercou de pessoas importantes das elites alemãs (financeira, intelectual, dentre outras), portadoras de aportes financeiros e conhecimentos que poderiam beneficiar seus projetos megalomaniacos. Para impactar as elites e a sociedade alemã, em 1935, Hitler criou exposições de arte, em especial, uma exposição intitulada “Arte Degenerada” que, mais tarde, foi retratada no documentário “Arquitetura da Destruição”, do diretor Peter Cohen, no ano de 1989. Cohen, utilizando documentos e imagens dos acontecimentos da época na Alemanha nazista, mostra, dentre várias outras atrocidades, a estratégia dos nazistas de associarem imagens de pessoas com deficiências mentais e físicas retratadas em compêndios médicos às produções artísticas de pintores expressionistas. A Arte Expressionista não tinha como pretensão representar a realidade em suas obras, para esses artistas a experiência da realidade é subjetiva, por isso a crítica ao ideal de beleza, daí a criação de imagens com deformações do corpo humano. Foi justamente essa representação mimética da realidade que foi apropriada e ressignificada pelos artistas nazistas e por Hitler para condenar os artistas expressionista na Alemanha, intitulando-os de “degenerados”, assim como suas obras artísticas.

Na concepção estética de Hitler, a Arte Expressionista, assim como qualquer outra representação de arte moderna, era uma arte “degenerada”, ou seja, uma espúria, uma deformação do ideal de beleza da arte clássica que precisava ser banida. Como Cohen demonstra em seu documentário, a exposição “Arte Degenerada” serviu para iniciar um movimento de combate dos nazistas aos “artistas” indesejados, associando tanto suas obras como eles próprios à perversidade e à animalidade. Dessa forma, justificavam a necessidade de banir a presença desses indivíduos considerados “anormais” da sociedade e resgatar a verdadeira arte clássica alemã, a Deutsche Kunst.

Quanto a propaganda, Hitler, ao configurar as características do modelo a ser empregado pelos nazistas, afirmava a seus assessores que:

Toda a propaganda deve ser popular e estabelecer o seu nível espiritual de acordo com a capacidade de compreensão do mais ignorante dentre aqueles a quem ela pretende se dirigir. Assim, a sua elevação espiritual deverá ser mantida tanto mais baixa quanto for a massa humana que ela deverá abranger. Tratando-se, como no caso da propaganda da manutenção de uma guerra, de atrair ao seu círculo de atividade um povo inteiro, deve-se proceder com o máximo cuidado, a fim de evitar concepções intelectuais demasiadamente elevadas. Quanto mais modesto for seu lastro científico e quanto mais ele levar em consideração o sentimento da massa, tanto maior será o seu sucesso. Compreendendo-se, a necessidade da conquista da grande massa, pela propaganda, segue-se daí a seguinte doutrina: É errado querer dar a propaganda a variedade, por exemplo, do ensino científico. A capacidade de compreensão do povo é muito limitada, mas em compensação, a capacidade de esquecer é grande. Assim

sendo, a propaganda deve restringir-se a poucos pontos. E esses deverão ser valorizados pela ação de fórmulas estereotipadas até que o último dos ouvintes esteja em condições de assimilar a ideia. (PEREIRA, 2008 apud HITLER, 1934 p. 46).

Como podemos perceber quanto ao uso da propaganda, todos os pontos foram minuciosamente pensados por Hitler e colocados à sua equipe para que soubesse como prosseguir com as estratégias de manipulação. O Führer menosprezava a capacidade de raciocínio de seus receptores. Mas, foi com a ajuda de Joseph Goebbels, seu fiel líder de comunicação e propaganda, que a propaganda de sua imagem surtiria muito mais efeito, pois Goebbels tinha competência e expertise para manipular tanto as massas como as elites.

O governo nazista, por sua vez, conseguia se articular muito bem, dando visibilidade a Hitler, resguardando e impedindo que a imagem do ditador fosse maculada, preservando a imagem de um grande homem, forte, que se importava com a família e com os preceitos do tradicionalismo, requisitos que se tornaram peça-chave para ter ainda mais seguidores ao seu lado. Vale ressaltar que a crença em um líder e em um governo fortes faria toda diferença naquele momento na Alemanha, ressentida pelas consequências materiais e emocionais pós Primeira Guerra Mundial, como já colocado anteriormente.

Certamente, contar com o apoio das elites e, também, com parcelas dos trabalhadores pobres com pouco conhecimento real da situação política do país e que estavam dispostos a ouvir sem questionamentos seus discursos, foi fundamental para que Hitler construísse sua própria imagem. Naquele momento lhe foi permitido falar e repassar mensagens que sensibilizavam, serviam de alento e agradavam seus ouvintes, garantindo-lhes que o governo nazista seria de fato o melhor para Alemanha, inclusive, apontando-lhes o maior inimigo da nação:

O judeu é, hoje em dia, o grande instigador do absoluto aniquilamento da Alemanha. Todos os ataques, contra a Alemanha, no mundo inteiro, são de autoria dos judeus. Foram eles que, na paz como durante a guerra, pela sua imprensa, ataçaram, premeditadamente, o ódio contra a Alemanha, até que Estado por Estado abandonou a neutralidade e assentou praça na coligação mundial, renunciando aos verdadeiros interesses dos seus povos. [...] O judeu mente sempre, e uma ou outra verdade é apenas o disfarce de uma falsidade e por isso sempre uma mentira. O judeu é o maior mestre da mentira, e a mentira e a fraude são as únicas armas de sua luta. (PEREIRA, 2008 apud HITLER, 2008, p. 49).

Todas essas estratégias discursivas fortaleciam seu governo, Hitler acreditava que dessa forma sua imagem política seria preservada e reproduzida pelos seus simpatizantes e disseminada na sociedade como um todo. A política de fato era um dos campos mais fortes que o governo nazista atuava, visto que a Alemanha se encontrava em uma situação que necessitava de ajuda para superar os estragos e perdas ocorridas com a Primeira Guerra Mundial. Esse

cenário garantia a Hitler o êxito de suas estratégias de construção e arregimentação de imagens visando seduzir e engajar a sociedade alemã a seu favor.

Por mais que as elites alemãs fossem uma de suas melhores escolhas, as massas era o seu principal investimento de contato para disseminar, por meio de propagandas e discursos, a ideologia nazista, pois acreditava que, inserida no Partido Nazista, poderia lhe garantir apoio para implementar as mudanças favoráveis ao seu governo. Hitler se autoproclamava um convicto do sucesso da propaganda para alcançar objetivos políticos, dizia que o aprendizado de uma propaganda de sucesso deveria vir com a aproximação com o inimigo, e que só assim poderia atingir o ponto certo:

Observador cuidadoso dos acontecimentos políticos, sempre me interessou vivamente a maneira porque se fazia a propaganda da guerra. Eu via nessa propaganda um instrumento manejado, com grande habilidade, justamente pelas organizações sociais comunistas. Compreendi, desde logo, que a aplicação adequada de uma propaganda é uma verdadeira arte, quase que inteiramente desconhecida dos partidos burgueses. Somente o movimento cristão social, sobretudo na época de Lueger, aplicou este instrumento com grande eficiência e a isso se devem muitos de seus triunfos. A que resultados formidáveis uma propaganda adequada pode conduzir, a guerra já nos tinha mostrado (HITLER, 1983 apud PEREIRA, 2017, p. 44).

Em suas palavras, podemos perceber o quanto Hitler se preocupava e acreditava que a propaganda poderia lhe ser útil. Analisando os eventos recentes que levaram a Alemanha a perder a primeira guerra, Hitler lamentava os equívocos dos estrategistas alemães e confessava os ensinamentos aprendidos por ele com tais erros:

Infelizmente tudo tinha de ser aprendido com o inimigo, pois a atividade, do nosso lado, nesse sentido, foi mais do que modesta. Justamente o insucesso total do plano de esclarecimento do povo do lado alemão foi para mim o motivo para me ocupar mais particularmente da questão de propaganda. [...] Infelizmente as lições práticas eram fornecidas pelo inimigo e custaram-nos caro. O adversário aproveitou, com inaudita habilidade e cálculo verdadeiramente genial, aquilo de que nos havíamos descuidado. Aprendi intensamente nessa propaganda de guerra feita pelo inimigo. Aqueles que da mesma forma se deviam ter servido, como lição eficiente, deixaram-na passar despercebida; julgavam-se espertos demais para aprender dos outros. Por outro lado, não havia vontade honesta para tal. Haveria entre nós uma propaganda? Infelizmente, só posso responder pela negativa. Tudo o que, na realidade, foi tentado nesse sentido era tão inadequado e errôneo, desde o princípio, que em nada adiantava. Às vezes era até prejudicial. Examinando atentamente o resultado da propaganda de guerra alemã, chegava-se à conclusão de que ela era insuficiente na forma e psicologicamente errada, na essência. [...]. A propaganda durante a guerra era um meio para um determinado fim, e esse fim era a luta pela existência do povo alemão. Portanto, a propaganda só poderia ser encarada sob o ponto de vista de princípios conducentes àquele objetivo. (HITLER, 1983 apud PEREIRA, 2017, p. 44).

Outra questão importante para compreender o sucesso experimentado por Hitler com a propaganda política, é entender as razões que o levaram a ser aclamado pela sociedade. Em uma breve e clara análise Evans (2010) nos explica que:

As raízes do sucesso nazista jaziam no fracasso do sistema político alemão em produzir um partido conservador viável em âmbito nacional, unindo tanto católicos quanto protestantes de direita; fraqueza histórica do liberalismo alemão; no amargo ressentimento de quase todos os alemães pela perda da guerra e pelos duros termos do Tratado de Versalhes; no medo e na desorientação provocados em muitos alemães de classe média pelo modernismo social e cultural dos anos de Weimar e pela hiperinflação de 1923. (EVANS, 2010, p. 533).

Esse arranjo das elites políticas alemãs levava ainda mais o Partido Nazista à popularidade. Evans (2010) destaca três fatores-chave para o sucesso do nazismo: o primeiro fator foi o efeito da depressão econômica, responsável por radicalizar o eleitorado, destruindo ou danificando os partidos mais moderados, polarizando o sistema político entre os grupos “burgueses” e os partidos “marxistas”, que migraram rapidamente para grupos políticos de extrema direita. O segundo fator foi o movimento nazista em si, com ideias que tinham grande apelo no eleitorado, ou pelo menos não eram agravantes para mantê-los longe, pois

O Partido Nazista era um partido de protesto, com um programa não muito positivo e poucas soluções práticas para os problemas da Alemanha. Mas sua ideologia extremista, adaptada e às vezes encoberta de acordo com as circunstâncias e a natureza do grupo específico de pessoas a que estivesse apelando, conectou-se a um número suficiente de crenças e preconceitos populares alemães preexistentes para parecer digno de apoio nas urnas para muita gente. Para essas pessoas, tempos desesperados exigiam medidas desesperadas; para muitas mais, em particular nas classes médias, o caráter vulgar e inculto dos nazistas parecia garantia suficiente de que os parceiros da coalizão de Hitler, bem-educados e bem-criados, seriam capazes de mantê-lo sob controle e conter a violência de rua que parecia um acompanhamento lamentável, mas sem dúvida temporário, da ascensão do movimento à proeminência. (EVANS, 2010, p. 535).

Já o terceiro fator apontado por Evans (2010) foi a sobreposição da ideologia dos nazistas a dos conservadores, que se tornou essencial para levar Hitler a ocupar o cargo de Chanceler em 1933. Embora as ideias dos social-democratas tivessem muito em comum com as ideias nazistas no início da década de 1930, a abordagem nazista em dar espaço para valores sociais e políticos, permitiram que o Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP) se tornasse o maior partido político da Alemanha (DRUMONDO, 2017, p. 141).

1.2 - O GOVERNO NAZISTA E O CINEMA DE LENI RIEFENSTAHL

Para impulsionar a propaganda política sobre si mesmo e seu partido, Hitler fez alianças com grandes diretores hollywoodianos como Francis Ford Coppola e George Lucas que foram grandes artistas reconhecidos até os dias atuais na indústria cinematográfica. Mas, quem de fato

fez com que esses filmes se tornassem um grande sucesso foi a cineasta alemã Leni Riefenstahl, que começou sua carreira artística como atriz nos anos 1920, atuando especialmente em filmes sobre a natureza e a beleza do corpo, que foram símbolos intensamente apropriados pelo ideário nazista na promoção do ideal de perfeição da “raça ariana”. Vale lembrar que o governo nazista simpatizava muito com a beleza grega e que essa seria a beleza correta de se admirar. Sobre Riefenstahl, o pesquisador em cinema Steven Bach informa que:

[...] há uma série de documentos que comprovam o fato da cineasta procurar comprovar sua “capacidade” de trabalhar para a indústria cinematográfica nazista, sendo o principal deles a Abstammungs Nachweis (“Prova de Descendência”) realizada em 1933 e que comprova o registro genealógico de Leni como ariana. Ou seja, antes da questão criativa e de sua postura profissional, sua possibilidade de identificação com os preceitos nazistas. (BACH, 2007, p. 30).

E por ser vista como ariana Leni Riefenstahl tinha acesso a todas as produções feitas. Em 1934, ela foi convidada para produzir e dirigir “Triumph des Willens”, um filme documentário sobre o Congresso do Partido Nazista realizado em Nuremberg, que tinha como finalidade enaltecer ainda mais a imagem política do governo. Esse documentário alcançou o maior sucesso e ganhou grande popularidade, atraindo milhares de pessoas para ouvirem o discurso de Hitler que a produção exibia, tornou-se famoso no Terceiro Reich e a partir de então, Riefenstahl começou a se tornar conhecida no meio.

Na época, a cineasta Riefenstahl se diferenciava dentre outros profissionais do cinema, pois utilizava câmeras modernas para projetar imagens claras e objetivas. A agilidade também foi um grande diferencial para disseminar a ideologia nazista, pois quanto mais rápido se tinha aquelas filmagens, mais rápido elas chegavam ao público, as pessoas conheciam a fundo a nova realidade, as grandes produções engrandeciam o Führer e a política do governo nazista.

Para o historiador Alcir Lenharo (2003), o filme Olympia

É muito mais que um simples documentário – é um hino de exaltação à Alemanha nazista, através da glorificação da força física, da saúde e da pureza racial, miticamente fotografadas. Foram necessários 800 mil metros de filme rodados para mostrar, através do sacrifício individual de cada atleta, como essa força e essa energia forjavam a nação, aceitas pelo sacerdote intermediário, o Führer. (LENHARO, 2003, p. 60).

Segundo Ferreira (2008), os nazistas buscavam reviver, por meio do cinema, o esplendor e o simbolismo do passado primitivo da Alemanha, e “O Triunfo da Vontade” (1935) evocou a sua força selvagem. Para Ferreira (2008), os discursos não são tão importantes no filme. As massas apareciam mobilizadas num estado de êxtase ao participar do movimento bem-

organizado. A cidade era um mar de estandartes com suásticas, fogueiras, tochas acesas à noite ao ritmo de música marcial nas ruas. As câmaras de Riefenstahl se moviam de forma a que o espectador não só visse aquele mundo de movimentos febris, mas se sentisse também envolvido no filme. Assim, o documentário projetava uma imagem grandiosa e triunfal do regime nazista, coroando a ascensão de Adolf Hitler ao poder absoluto, testemunhando e revigorando a fidelidade do povo alemão.

Nas primeiras sequências do filme Hitler é mostrado como o enviado de Deus, o messias que iria levar a Alemanha a conquistar o mundo. Desde a mística abertura, em que por entre nuvens celestiais surge o avião trazendo o messias, de quem se espera apenas a imagem e a palavra, passando pelos impressionantes *close-ups* de soldados anônimos ou cidadãos “arianos”, prontos para o sacrifício, até a geometria disciplinada e disciplinadora das tropas dispostas na arena dos discursos, tudo traz a marca da grandiosidade, da ordem e da perfeição, como se Deus tivesse vindo ao planeta Terra para revelar o povo escolhido e incumbi-lo da purificação do planeta, guiando os crentes para a salvação. Esse efeito de grandiosidade se deve, na opinião de Lotte Eisner, ao emprego frequente da filmagem em primeiro plano, que dá aos menores objetos proporções gigantescas, passando uma idéia de superioridade. Dessa forma, em “O Triunfo da Vontade”, a propaganda revelou-se aplicada com tanta perfeição à realidade que se torna difícil distinguir onde termina a realidade. (FERREIRA, 2008, p.138).

De acordo com Ferreira (2008), Riefenstahl costumava declarar que o “triumfo” apresentado no filme era “o triunfo de uma Alemanha forte e o triunfo da vontade do líder”. Estes temas eram conduzidos por um distinto artifício estilístico que comandou o aspecto de documentário-reportagem. A narrativa fílmica consistiu-se nos discursos políticos feitos por Hitler, pelos líderes nazistas e pelos juramentos de lealdade de seus fiéis seguidores.

A concepção da política como espetáculo foi novamente trabalhada por Riefenstahl em *Olímpia* (1938), um longo documentário dividido em duas partes – “Festival das Nações” e “Festival da Beleza” –, consagrado ao XI Jogos Olímpicos realizados em Berlim. Este evento esportivo foi uma oportunidade para Hitler obter o reconhecimento internacional do regime e mostrar ao mundo inteiro e ao povo alemão a imagem de uma “Nova Alemanha”, forte e destemida. (PINHEIRO, 2008, p. 140).

1.3 – CARTAS DE APOIADORES DE HITLER

Assim como podemos observar, o processo da construção da imagem de Hitler se constitui de várias maneiras e uma delas foi pelo uso de carta de seus apoiadores enviadas ao seu governo. Os estudiosos do tema explicam que esta estratégia tinha como objetivo enaltecer ainda mais as decisões do líder nazista, permitindo-lhe, assim, se consolidar perante a sociedade

alemã. A análise dessas cartas enviadas a Hitler tem revelado o quanto algumas pessoas foram cooptadas e aderiram a um fanatismo nunca visto até então.

Segundo o autor Klemperer (2009), os iluministas, já no século XVIII, recriavam o uso dos termos *fanatique* [fanático] e *fanatisme* [fanatismo], pois a raiz do termo “fanático” vem de *fanum*, que significa santuário, templo. No início o termo significava estado de êxtase religioso, desse modo os iluministas rechaçavam o uso do termo, pois lutavam contra tudo que perturbasse a capacidade de pensar. Como inimigos da Igreja, eles combatiam qualquer tipo de superstição religiosa, sendo dessa forma “fanático” o inimigo dos racionalistas. Tanto que “Onde quer que o pensamento iluminista penetre, sempre haverá um sentimento de crítica e aversão ao fanatismo”.

A língua alemã não possui um termo equivalente e apropriado para *Fanatismus*, palavra estrangeira, nem mesmo quando liberada do sentido original, restrito ao campo do ritual. O verbo *eifern* [sentir fervor] é mais inofensivo. Imagina-se mais facilmente *Eifern* como um pregador arrebatado do que como alguém disposto a manifestar-se com violência. *Besessenheit*[obsessão] denota mais um estado doentio, que merece pena, sendo passível de ser desculpado, do que alguém que promova ações que constituem risco público. (KLEMPERER, 2009, p. 113).

E continua o autor:

Não há como traduzir nem como substituir a palavra “fanático” na língua alemã. Quando usada como juízo de valor, é sempre vista com forte carga negativa, com conotação de ameaça. [...] Antes do Terceiro Reich ninguém poderia ter pensado em valorizar positivamente o termo “fanático”. E a conotação negativa está associada de forma tão indelével à palavra que a própria LTI, vez por outra, a usa com sentido negativo. [...] (KLEMPERER, 2009, p. 114).

Toda essa relação de fanatismo com as cartas diz muito sobre como era a visão dos apoiadores de Hitler, que as usavam como forma de agradecimento ao Führer, por tê-lo como um líder “preocupado” com sua população. Entendiam que o mais digno seria homenageá-lo de alguma forma e as cartas eram exatamente escritas com esse sentimento de gratidão eterna aquele que tanto estava fazendo pela Alemanha.

Durante o período nazista a busca pela perfeição do Partido Nazista cresceu enormemente, pois Hitler proferia discursos que enaltecia o teatro criado pelos nazistas, e demonstrava o poder que já havia angariado na sociedade. Hitler, com poucas palavras, conseguia conquistar milhares de apoiadores ao nazismo e, com que o passar do tempo, aumentava sempre mais; conseguia passar exatamente aos seus interlocutores o que eles queriam ouvir, propondo-lhes ser o signatário de suas esperanças. Em contrapartida, as pessoas,

desesperanças e sofridas, acreditavam fielmente que com o nazismo a Alemanha e os alemães alcançariam a redenção.

Drummond (2017) afirma que o ano de 1934 ficou marcado por muitas cartas enviadas para Hitler, pois foi o ano em que seu poder se consolidou, principalmente após a morte do presidente Hindenburg¹, quando a chefia do Estado e a liderança do governo foram unidas na figura de Hitler. Nessas cartas, seus seguidores não deixavam de expressar fidelidade, devoção e alegria em tê-lo como líder absoluto da Alemanha. A exemplo, em 19 de abril de 1934, véspera do aniversário de Hitler, Paul Friedrich Hennig escreveu uma carta em que dizia:

Meu Führer! Toda a Alemanha festeja solenemente em 20 de abril seu dia mais importante, no qual o senhor chanceler do Reich completa seus 45 anos; toda a Alemanha está feliz em ter um chanceler do Reich desses, que já mostrou tantas coisas boas ao povo alemão e as continuará mostrando. Por isso, queremos agradecer a Deus pelo desfecho positivo do plano de salvar a Alemanha da derrocada. Apenas quem se dedicou a uma ideia para concretizar esse objetivo sabe do esforço, do trabalho, das noites insones e da criação secreta. Sem dúvida é evidente que para um plano assim dar certo são necessários colaboradores firmes, que corporifiquem aquilo que queremos, apoiem e ajudem a expandir isso. Mas encontrar ajudantes fiéis não é fácil. Se esperamos alcançar o objetivo, é preciso trabalhar incessantemente. A recompensa não se fará esperar. Por essa razão, meu Führer, permito-me expressar meus mais sinceros votos de felicidades. Que o senhor chanceler do Reich conserve sua saúde para a prosperidade do povo, a prosperidade de todos no geral, para o bem-estar de toda a humanidade, dentro e fora do país, pois nossa nova Alemanha continuará sendo governada de maneira exemplar futuro e para sempre. Nenhum país do mundo pode ficar de fora, nem nosso maior inimigo. E nosso Terceiro Reich, guiado por nosso Führer, será e continuará sendo o mais forte. [...] (DRUMONDO, 2017, p. 150 apud EBERLE, 2010, p. 280).

De forma geral, conta-nos Drummond (2017), que o autor da carta narra a história da Alemanha desde o final da Primeira Guerra Mundial até a nomeação de Hitler para chanceler do Reich. Assinala os momentos que mais marcaram o período entreguerras até chegar ao momento em que Hitler é alçado à condição de soldado salvador que veio em socorro da Nação que estava condenada pelo Tratado de Versalhes. É interessante notar que as partes da carta destacadas pelo autor revelam os sentimentos que ele vivenciava em cada uma das situações: revolta, reconhecimento pelo trabalho que os soldados estavam exercendo, desespero por um salvador e alívio quando aquele que “salvaria” a Alemanha aparece no contexto do pós-guerra, e por fim a euforia ao ver, finalmente, o sonho da reconstrução se tornar realidade com Hitler no poder. (DRUMONDO, 2017, p. 152). O autor afirma que:

¹ Hindenburg (1934) foi um militar alemão que esteve sobre o comando do Exército Alemão durante a Primeira Guerra Mundial e por conseguinte serviu como Presidente da República de Weimar.

A construção da ideia de Grande Alemanha só foi possível mediante a incessante propaganda que anunciava, dentro e fora da Alemanha, Hitler como o salvador dos alemães. Conforme analisados nas cartas, a propaganda atingiu seu objetivo e incutiu na mente dos cidadãos que Hitler era a única solução para resolver os problemas que atingiram a nação alemã após o final da Primeira Guerra Mundial. Os discursos de Hitler seduziam aqueles que já o apoiavam e como trouxe mais e mais adeptos para sua causa. Uma das características marcantes do líder nazista era sua forma de conduzir seus discursos às massas. Diferente dos políticos convencionais, Hitler não tinha discursos pomposos, tediosos, sem graça, tosco ou grosso, pelo contrário, seus discursos eram marcados por euforia e excitação, ele falava o que o público queria ouvir e de forma que eles entendessem, afinal a massa de gente comum era o seu alvo principal. (DRUMONDO, 2017, p.161).

Tudo isso serviu ainda mais para deixar claro a posição de grandeza que Hitler tinha diante da sociedade, pois todo detalhe era explorado e usado para mostrar esse poder e para a construção das propagandas do governo, visando trazer cada vez mais adeptos ao projeto de nazista, usando da sedução e alienação e, conseqüentemente, espalhando a sua ideologia por toda Alemanha. Os discursos e o fanatismo enraizado nas pessoas foram determinantes para o crescimento da ideologia, do governo nazista e da própria imagem de Hitler, tanto que ele próprio, crente no poder de suas palavras, afirmava que:

O poder, porém, que pôs em movimento as grandes alavancas históricas, de caráter religioso ou político, foi, desde tempos imemoriais, a força mágica da palavra falada. Sobretudo, a grande massa de um povo sempre só se deixa empolgar pelo poder da palavra. Todos os grandes movimentos são movimentos populares, são erupções vulcânicas de paixões humanas e de sensações psíquicas provocadas ou pela deusa cruel da necessidade ou pela tocha da palavra atirada entre a massa e não por meio dos jorros de literatos açucarados metidos a estetas e a heróis de salão. Só uma tempestade de paixão escaldante é que consegue torcer o destino dos povos; mas só consegue provocar entusiasmo quem o possui no seu íntimo. Só esse entusiasmo inspira aos seus eleitos as palavras que, como golpes de martelo, conseguem abrir as portas do coração de um povo. Não é escolhido como anunciador da vontade divina aquele a quem falta a paixão e mantém-se em um silêncio cômodo. (HITLER, 2001, p. 82).

Ademais, subsidiando-se nas análises de Drummond (2017, p. 166), pode-se assim dizer que a população sabia das reais intenções do Partido Nazista, principalmente aqueles que se identificavam com seus ideais. O envio e recebimento de cartas ressaltavam ainda mais a afeição e a devoção dos aliados a Hitler, e a eficácia que essa prática comunicacional trouxe ao governo o ajudou a engradecer suas estratégias de propagandas ainda mais, fazendo com que o Partido Nazista se tornasse uma temática no campo historiográfico.

CAPÍTULO 2 - A CONSOLIDAÇÃO DAS IMAGENS NO GOVERNO NAZISTA

Este capítulo apresenta uma explanação sobre o diálogo entre cinema e história, visando demonstrar como o cinema se tornou uma forma de manipulação de pensamentos para o engrandecimento da imagem pública de Adolf Hitler. O fato de que os filmes nazistas, naquele momento, retrataram e dramatizaram determinadas acontecimentos podem, de acordo com autores como White (1988) e Rosenstone (2006), ter a capacidade de visualizar, contestar e revisar a história (VAINFAS, 2012). Esses filmes produzidos pelo nazismo tiveram um impacto mobilizador no público, pois despertavam um sentimento de esperança e uma nova chance de recomeço aos cidadãos alemães. Hitler e seus assessores, em especial, os cineastas, percebendo esta capacidade de comunicação, utilizaram com propriedade o cinema, os discursos e as propagandas para o convencimento da sociedade.

Neste sentido, o segundo capítulo deste estudo visa demonstrar a construção de imagens e as representações utilizadas para a consolidação de poder tanto de Hitler como do nazismo no período do entreguerras e durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Para tal, apresenta-se uma análise sobre alguns dos filmes produzidos pela cineasta Leni Riefenstahl, bem como a produção de cartazes propagandísticos do Partido Nazista para promover o convencimento e adesão da sociedade alemã ao governo nazista.

2.1 LENI RIEFENSTAHL E O CINEMA NAZISTA

Quando nos referimos ao cinema nazista, logo pensamos em Leni Riefenstahl, precursora do trabalho que inovou não só o conjunto fílmico, mas, também, o cinema de uma forma geral, visto que seus filmes causaram uma enorme curiosidade do povo alemão pelos temas por eles tratados. Suas películas também foram apreciadas por indivíduos que desejavam ter um momento de descontração e, assim, esquecer um pouco as atrocidades vistas e vividas nas duas primeiras guerras mundiais.

Os cartazes usados para divulgar os filmes de Riefenstahl demonstram o empenho de engradecer não só o seu trabalho como diretora, mas, também, a imagem do líder nazista bem como podemos observar no cartaz produzido para divulgar o filme *Triunfo da Vontade* em 1935.

FIGURA 1- CARTAZ DO FILME TRIUNFO DA VONTADE 1935



FONTE: <https://goo.gl/xbzRCs>.

Ao olharmos a imagem acima (Figura 1) sobre o filme Triunfo da Vontade que, segundo alguns analistas, teve como intuito demonstrar e afirmar que a população alemã seguia a ideologia do regime nazista. Ressaltamos também a representação em primeiro plano de um pai com seu filho, homens brancos, arianos, e no segundo plano, uma multidão em marcha empunhando a bandeira do Partido Nazista com o símbolo da Suástica. A imagem enaltece, assim, lemas caros e representativos do regime nazista: o Nacionalismo, o amor a Pátria e a Família, destacando, em especial, o exemplo, a importância da participação da família nos movimentos de luta contra os inimigos e por uma vida melhor.

Ainda sobre a Figura 1, chama-nos a atenção a imagem apresentada no fundo do cartaz, trata-se do maior componente de estrutura simbólica de propaganda nazista, que era o uso da Águia. Nesta imagem, a Águia aparece como objeto centralizador com a intencionalidade de transmitir segurança aos cidadãos alemães, é como se quisessem dizer-lhes que o governo nazista iria lhes proteger de todo e qualquer perigo, que assim estaria garantido a todos uma Alemanha próspera e a frente de seu tempo.

Destacamos também no cartaz em tela a Suástica, um outro símbolo utilizado nas campanhas de Hitler, que representava o governo de uma forma completa, pois era o símbolo de identificação de velhos e novos apoiadores. A Suástica espelhava, assim, a superioridade da “raça pura”, a raça ariana, valorizando ainda mais os padrões físico dos alemães.

A suástica representa o que o autor TCHAKHOTINE, (1967) chama de “sinal excitante” que vem a ser a forma com que as pessoas, na época, veem um símbolo e o codificam como elemento propulsor para suas atitudes e uma espécie de resumo de tudo o que precisam saber sobre o próprio Nazismo: basta olhar para a representação para saber que o povo alemão é superior por ser a “raça pura, ariana” e que todos os demais, os que não se encaixam nos padrões arianos, são dispensáveis, do ponto de vista da ideologia nazista. (SILVA, 2008, p. 38).

A Suástica não só trouxe diferenciação, mas também uma autenticidade às propagandas nazistas, que se apresentavam com artifícios capciosos muito bem planejados para que despertassem atenção a quem a estivesse olhando. Assim, a Suástica foi se tornando um objeto único e de fácil identificação tanto para aqueles que já apoiavam Hitler e o governo nazista como para os novos seguidores, estabelecendo, dessa maneira, uma relação muito mais próxima do líder com seus apoiadores.

Tchakhotine (1967) assinala o quanto foi importante este símbolo, a Suástica, para as propagandas nazistas, visto que ele transmitia um sentimento de superioridade a quem o visualizava, e ao mesmo tempo, colocava o povo alemão como superior a todas as nações. Como se cada parte deste símbolo fizesse parte da construção humana daqueles indivíduos, que buscavam no nazismo uma forma de superar todas as suas amarguras vividas durante e pós-Primeira Guerra Mundial.

FIGURA 2 - FLAME OLYMPIA DE LENI RIEFENSTHAL -1938



FONTE: <http://www.leni-riefenstahl.de/eng/film.html>.

A imagem acima é de um cartaz criado para divulgação do filme Olympia, uma das produções da cineasta Leni Riefenstahl. O cartaz foi publicado, em 1938, em uma revista nazista especializada em cinema. Segundo Frigeri (2008), o intuito da imagem era ressaltar a grandeza do corpo humano durante a realização dos Jogos Olímpicos de Berlim em 1936, que a cineasta utilizou para produção desse seu filme. A mensagem que a imagem queria passar era a valorização e o culto ao corpo, ou seja, o ideal nazista de beleza do corpo e seus movimentos. Na imagem é colocado um atleta com uma definição corporal bem aparente, fazendo um movimento de arremesso, utilizado pelos antigos gregos, a ideia era colocar o corpo como objeto de apreciação, em especial, ao público jovem. E, assim, como afirma Frigeri (2008), este culto ao corpo se tornou a marca registrada durante a divulgação do filme, pois retratar estas imagens em um filme era a forma perfeita para que mais adeptos se juntassem as ideias nazistas.

FIGURA 3 - CULTO AO CORPO



FONTE: Zeitschrift für vernünftige Leibesziehung.

Nesta outra imagem (Figura 3) fica evidente o posicionamento de culto ao corpo forte e atlético que o Partido Nazista enaltecia nos cartazes e filmes. Por este motivo que o esporte, como exercício físico, transformou de simples prática esportiva a um instrumento de propaganda nazista exacerbada. O enaltecimento e a valorização do ato de se exercitar e de sempre estar com o corpo em perfeita harmonia tornou-se tarefa do Estado e dever do cidadão em qualquer espaço, público ou privado, que o indivíduo estivesse inserido. Tanto que, nos Jogos Olímpicos de 1936,

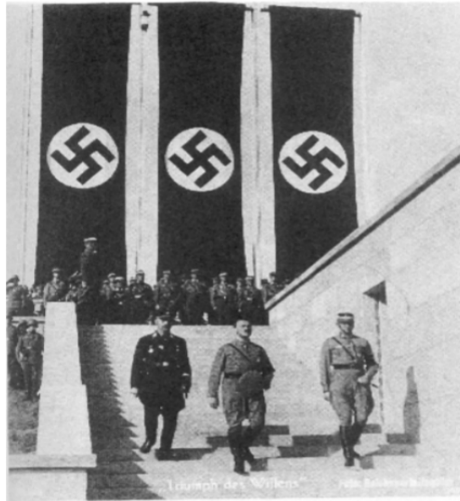
Os atletas arianos comprovaram seu heroísmo e demonstraram-se melhores que os demais competidores: foram 33 medalhas de ouro, 26 de prata e 30 de bronze, totalizando 89 medalhas. “Superando sua derrota e humilhação na Primeira Guerra, a Alemanha voltava simbolicamente a vencer” (NAZÁRIO, 2012, p.143).

Há de se ressaltar que, de acordo com os analistas dos filmes de Riefenstahl, podemos inferir que o convencimento e a mobilização provocados na sociedade alemã pelos seus filmes, foi possível devido a utilização de modernas técnicas que ultrapassavam qualquer tipo de filme ou documentário exibido naquela época.

De acordo com, Frigeri (2008), a forma como Riefenstahl filmava suas produções era de uma delicadeza e total apreço pela boa forma como as imagens eram gravadas e ensaiadas ao longo do tempo para que despertassem uma sensação completa de felicidade e curiosidade ao espectador alemão que iria ver esta produção. Cada detalhe era minimamente pensado e articulado para que as imagens aparecessem reais e estéticas aos olhos de quem estivesse as apreciando, em especial, as imagens e Hitler (Figura 4). Ademais, para Hitler, os filmes de

Riefenstahl, sua cineasta favorita, lhe traria resultados exitosos tanto à sua imagem quanto ao seu governo.

FIGURA 4 - HITLER EM UMA CENAS DO FILME TRIUNFO DA VONTADE 1935



FONTE: Triumph des Willens (O Triunfo da Vontade)

A figura acima apresenta uma das cenas do filme Triunfo da Vontade (1935), em que Hitler aparece descendo imponentemente uma escadaria, passando a imagem de um líder seguro, forte e determinado para conquistar todos os seus objetivos. De forma recorrente, a imagem da cena utiliza-se em sua composição a Suástica, um dos símbolos nazistas de maior evidência, por isso encontra-se exposta e repetida três vezes ao centro do topo da escada. Essa disposição dá visibilidade e reconhecimento ao Partido Nazista e a seus apoiadores. Outra composição da cena que nos chama a atenção é o posicionamento dos soldados dispostos na parte superior da escada, enfileirados com a máxima ordem e disciplina imposta aos soldados nazistas.

Da mesma forma, podemos observar os outros dois soldados que estão ao lado do Führer descendo as escadas, transmitindo nessa ação fidelidade, segurança e obediência a seu líder maior.

A conduta dos soldados alemães diante da sociedade teria que ser a mais perfeita ordem e não seria diferente perante os jovens, que faziam parte do exército alemão e eram alvo de sedução com propagandas difusoras de suas ideologias. Segundo Frigeri (2008), esta rigidez transmitia ao seu povo uma imagem de governo que estava sempre preocupado com os detalhes e que nada de negativo haveria de ocorrer se o exército tivesse no poder, pois assim todos estariam sem segurança com seu líder.

FIGURA 5 - JOVENS NAZISTAS: EM O TRIUNFO DA VONTADE



FONTE: Frames do filme selecionados por Leni Riefenstahl

Se observarmos os frames acima podemos constatar o quanto os jovens alemães eram instigados e envolvidos a participarem das atividades culturais propostas pelo partido, que os incentivava:

A juventude recebia grande dedicação do partido porque Hitler sabia que seriam eles quem continuariam o projeto nazista no caso de sua ausência, o que confere o caráter de longa duração do regime e, em consequência, a perseverança na ideia do Reich de mil anos. Então, a identidade que o nazismo visava implantar para toda a população deveria ser iniciada entre os integrantes desse grupo. (FRIGERI, 2018, p. 207).

FIGURA 6 - A CONSTRUÇÃO DO ORNAMENTO DE MASSA, FESTA DA BELEZA.



FONTE: Frames do filme selecionados por Leni Riefenstahl

Segundo Frigeri (2018), estas cenas do filme Olympia (Figura 6) representam o quão grande era a estrutura de suas gravações e como cada movimento corporal era capturado pelas lentes da câmera de Riefenstahl. A flexibilidade com que os movimentos eram realizados, colocavam uma certa leveza nas cenas e, conseqüentemente, despertava uma enorme curiosidade no povo alemão em ver essas produções. Frigeri (2018) destaca também que as modalidades como saltos ornamentais e natação retratadas no filme, eram destinadas tanto ao público feminino quanto masculino, demonstrando, assim, a preocupação do líder nazista com a igualdade de gênero nas propagandas de governo.

FIGURA 7- SALTOS ORNAMENTAIS EM OLYMPIA, FESTA DA BELEZA



FONTE: Frames do filme selecionados por Leni Riefenstahl no filme Olympia

Frigeri (2018) comenta que os saltos ornamentais como mostrados nas imagens acima, criam com perfeição os movimentos feitos pelos atletas olímpicos, e que cada parte do corpo é colocada de uma forma para engradecer os gestos direcionados pelos ginastas. Há de se ressaltar que essas imagens tiveram impactos significativos na sociedade alemã, visto que viviam uma acentuada crise psicológica com as atrocidades e experiências traumáticas.

Para Nazário (2012), o filme *Olympia* (1938) produzido pela cineasta nazista Riefenstahl, repercutiu na sociedade alemã e alimentou um imaginário de eficiência por parte do governo. Quando se utilizava dessas estratégias o interesse surgia naturalmente, e com as celebrações estampadas nos filmes, conseguia-se repercutir, em uma projeção de herói, a imagem de Hitler, contribuindo, assim, para a eternização da comunidade nazista.

Olympia propagou com eficiência os valores eternos do nazismo: sacrifício da individualidade; glorificação da mais dura competição e da peleja entre as nações; perseguição sem tréguas da vitória; triunfo dos mais fortes sobre os mais fracos; celebração da força de vontade; preferência pelos jovens e saudáveis sobre velhos e doentes; superioridade do corporal sobre o espiritual; desprezo pelos intelectuais; celebração de heróis, deuses, campeões, super. Homens, premiados por qualidades biológicas e esforços físicos. Um corpo saudável era requisitado pela máquina de guerra. Até o erotismo presente no filme interessava ao fascismo, empenhado em fazer a população proliferar para sacrificar parte dela na guerra, mantendo a outra proliferando, para obter outra parte sacrificável (NAZÁRIO, 2012, p.146).

Entretanto, foi após a Segunda Guerra Mundial que Leni Riefenstahl teve uma longa batalha para acertar as contas com seu passado, e essas cobranças começaram com o envio de tropas americanas até Kitzbühel na Áustria, onde sua mãe residia. Neste momento, a cineasta foi interrogada em busca de informações que pudessem entender o que a fez se aliar ao Partido Nazista. Nesta primeira etapa da investigação não encontraram nada muito concreto em seus depoimentos, mas o pesadelo de Riefenstahl estava apenas começando e um processo contra ela por todo o período que esteve a frente das produções fílmicas do Partido Nazista.

FIGURA 8: PROCESSO DE DESMITIFICAÇÃO DE LENI RIEFENSTAHL (1952)



FONTE: Berlin 1933-1945: Between propaganda and terror (2012).

Segundo Frigeri (2018), a imagem acima mostra Riefenstahl em seu Processo de Desmitificação, em 1952, em Berlim, acompanhada de seu advogado, com intuito de conseguir recuperar cenas de seu filme *Tiefland*. Evidentemente, por se tratar de conteúdo nazista não era viável entregar o filme a uma das maiores participantes do governo nazista, com este impasse Riefenstahl só conseguiu ter sua película em mãos em 1953, quatro anos após a primeira tentativa.

FIGURA 9: DIVULGAÇÃO DO FILME TIEFLAND (1954)



FONTE: <http://www.leni-riefenstahl.de/eng/film/014.html>.

Na realidade, este filme *Tiefland*, se comparado aos filmes anteriores produzidos por Riefenstahl, não lhe trouxe tanta visibilidade como esperava. O filme apresentava cenas terríveis de pessoas falecidas em campos de concentração como em Auschwitz, o que gerou um grande descontentamento no público e, mais ainda, na Associação de Sobreviventes dos Campos de Concentração. O filme criou seu próprio fracasso, pois possibilitou o público assistir das atrocidades cometidas pelos nazistas, e poucas redes de distribuição fílmica concordaram em exibi-lo pelo teor agressivo que apresentava.

Por fim, Leni Riefenstahl passou seus últimos anos de vida não admitindo sua participação no Partido Nazista, negando ser a cineasta que propagou inúmeros filmes com ideologias nazistas. Sua vida foi longa, faleceu aos 101 anos de idade, no dia 08 de setembro de 2003, com uma bagagem imensa de produções importantes que revolucionaram não só sua vida como profissional, mas também a do cinema como um todo.

2.2 O USO DE SÍMBOLOS NAZISTAS: REPRESENTAÇÕES E SIGNIFICADOS

O uso de símbolos nazistas foi uma das muitas estratégias que mais contribuiu para a propaganda, convencimento e adesão ao partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães e ao seu líder Adolf Hitler. Essa tática predefinida foi criando formas de comunicação inéditas e capciosas, com poder de seduzir e convencer por meio de palavras, gestos e imagens que exploravam os sentimentos de uma sociedade ressentida e desesperançada naquele período.

FIGURA 10 - SUÁSTICA



FONTE: <http://engenheiroandrilho.blogspot.com.br/2015/05/manji-suastica-budista.html>.

A imagem acima, como já comentado anteriormente, é um dos símbolos mais representativos da indicação do Partido Nazista e tem como origem o Sânscrito (língua da Índia) e significa bem-estar. Visto que foi uma representação diferente das já vistas por outros governos, a Suástica permitiu a Hitler representar e concretizar a figura do sistema político nazista, colocando-a em contraste de cores fortes e chamativas como o vermelho para diferenciação de outros partidos. Assim, seriam reconhecidos a partir de um símbolo único, que enfatiza força, intelecto e superioridade a todas as raças existentes.

FIGURA 11- HEIL HITLER



FONTE: <http://theguardian.com/science/brain-flapping/2014/feb/21/time-travellers-kill-adolf-hitle>

A imagem acima (Figura 11) traz detalhes do maior símbolo nazista em termos de identificação e de comunicação fácil na sociedade alemã durante o governo nazista: o gesto e o termo “*Hei Hitler*”. Segundo Tchakhotine (1967), o termo era entendido por “Viva Hitler”. Foi uma das expressões mais ditas pelo ditador em seus discursos antes e durante a Segunda Guerra Mundial, como bem mostrado acima, quando soldados e milhares de civis o saúdam em gesto de respeito e soberania. A expressão facial do Führer nesta imagem demonstra sua satisfação e orgulho em ver aquela multidão atendendo a suas escolhas e reconhecendo o quanto seus esforços estavam dando resultados. Tchakhotine (1967) ainda nos apresenta a diversidade de mecanismos usados nas propagandas, assim como as falas curtas, os animais também eram

muito utilizados para disseminação das propagandas, com intuito de passar a imagem de um partido forte e único, a Águia foi a escolhida como símbolo representativo desta grandeza.

A Águia, já comentada nesse estudo, para o governo nazista, tinha um significado de poder, uma posição forte e de prestígio. O seu uso nas propagandas, colocava a Alemanha em um patamar mais alto possível, ao mesmo tempo que engrandecia o Führer, seu líder nazista.

FIGURA 12 - ÁGUIA



FONTE: German Propaganda Archive (2008)

O símbolo da Águia como vemos acima (Figura 12) em um cartaz propagandístico do nazismo caracteriza, aparentemente, apenas a representação de uma ave como outra qualquer, mas, na verdade, tem a intenção de ressaltar que o povo alemão estava protegido pelo líder que, a frente, iluminado pela Águia, empunha em riste a bandeira nazista, ornada com a Suástica. Pelo olhar de Silva (2008), a imagem destaca também um número expressivo de soldados nazistas reverenciando seu líder e enaltecendo sua pátria, se necessário, até o último momento. A proteção parece vir do alto, em raios de luz que dissemina sobre a cabeça do Führer, como se fosse um abençoado, escolhido para ser o “salvador”, com poderes míticos para garantir aos seus admiradores proteção e uma Alemanha gloriosa no presente e no futuro.

Tchakhotine (1967), analisando o poder de alcance das propagandas nazistas, nos diz que:

A propaganda de Hitler, a propaganda que perturbou o mundo e que era a pedra angular de sua ação e de seu sucesso, caracteriza-se principalmente por três elementos: renúncia às considerações morais, apelo à emotividade das massas pela utilização do primeiro impulso (combativo) como base e emprego de regras racionais. (TCHAKHOTINE, 1967, p. 373).

Para Saussure (1974), “A Linguística não é senão uma parte dessa ciência geral; as leis que a Semiologia descobrir serão aplicáveis à Linguística e está se achará dessarte vinculada a um domínio bem definido no conjunto dos fatos humanos”. (SAUSSURE, 1974, p. 24). Outro estudioso da Semiótica e da Linguística, Roland Barthes retoma a ideia de Saussure:

A Língua é então, praticamente, a linguagem menos a Fala: é, ao mesmo tempo, uma instituição social e um sistema de valores. Como instituição social, ela não é absolutamente um ato, escapa a qualquer Premeditação; é a parte social da linguagem [...]. Como sistema de valores, a Língua é constituída por um pequeno número de elementos de que cada um é, ao mesmo tempo um vale-por e o termo de uma função mais ampla onde se colocam, diferencialmente, outros valores correlativos (BARTHES, 2006, p. 17-18).

As colocações de Saussure (1974) e Barthes (2006) nos ajudam a compreender a projeção que o governo nazista realizava através do uso de linguagens de símbolos, visto que todo objeto criado para determinada função de controle visava atingir e sensibilizar o intelecto humano.

Outo cartaz que teve muita repercussão propagandística no governo nazista foi um cartaz (Figura 13) produzido para as eleições da Chancelaria, em novembro de 1932.

FIGURA 13 – ELEIÇÕES DA CHANCELARIA - 1932



Este cartaz foi um dos mais eficientes no assunto propaganda de convencimento nazista. Retratava a seguinte frase: “Trabalho e Pão”, fazendo alusão às lutas diárias, quando se trabalha para se ter alimento e destacando a gratidão pela oportunidade recebida, somente assim é que se poderia ter prosperidade.

Velasco, analisando esse cartaz, assim se posiciona:

Pode-se, portanto, considerar que a imagem no seu conjunto representa: a solução “vinda de cima”, o Partido Nazista e as oportunidades de emprego e estabilidade, enquanto os desempregados e famintos aparecem “por baixo”, amontoados, clamando por salvação. Nota-se a valorização do trabalhador; ele é a figura central. O grupo de trabalhadores convocado a votar no Partido para a manutenção de seu bem-estar: trabalho é sinônimo de vida com dignidade e necessidades supridas (VELASCO, 2006, p. 129,130).

Os espectadores alemães, quando se deparavam com esses símbolos representados através das imagens nas propagandas, possivelmente conseguiam compreender as mensagens passadas e essas impactavam suas decisões, ações e vidas. Esse convencimento provocava-lhes um enorme entusiasmo e esperanças por uma nova vida melhor, já que estavam tão sofridos com as repercussões deixadas pela guerra.

A imagem abaixo (Figura 14) é mais um cartaz propagandístico de 1935, conclamando a sociedade a apoiar o Führer: “Hitler está construindo ajude ele. Compre produtos alemão”.

FIGURA 14 - “HITLER ESTÁ CONSTRUINDO AJUDE ELE. COMPRE PRODUTOS ALEMÃO”.



FONTE: <https://periodicos.unb.br/index.php/emtempos/article/view/20090/18486>

Nesta imagem (Figura 14), segundo Velasco (2006), é possível perceber as relações que Hitler mantinha com seus apoiadores. A mensagem mostrava-lhes que irem à luta juntos era o mais edificante para todos. Chama também atenção o uso da imagem de homem branco, ariano, trabalhador com um físico estrutural, forte, enaltecendo a força do trabalho.

Não há dúvidas de que não foram apenas os cartazes de divulgação que fizeram com que o Partido e Hitler fossem enxergados como uma grande solução para a conturbada República de Weimar. Muito menos que a contínua comunicação do governo com a população foi a chave para que se mantivesse a estabilidade do Estado. Contudo, ainda hoje a propaganda do III Reich é o grande exemplo a ser citado quando o assunto é comunicação política. É fato que o Regime, aproveitando-se dos anseios da coletividade ofertados, mantinha um canal sempre em sintonia com seu público. (VELASCO, 2006, p. 134).

2.3 - O DECLÍNIO DO PARTIDO NAZISTA

Como dito anteriormente, o Partido Nazista durante sua efetividade influenciou milhares de pessoas a aderirem às suas propostas, colaborando para um crescimento excepcional do governo na Alemanha. Kershaw (2015), autor do livro “O fim do Terceiro Reich: a destruição da Alemanha de Hitler”, destaca que Hitler se recusava a admitir que estava fracassando e que resistiria até o último momento de sua existência para não se vê derrotado

diante de seus inimigos. Afirma-nos que regimes autoritários tendem a se desmoralizar em momentos que se veem encurralados e sem uma única saída para a reversão de suas derrotas, e foi assim que aconteceu com o Partido Nazista, o que o fez chegar ao fim.

Kershaw (2015) destaca que por volta de 1944 toda degradação do partido poderia ter sido evitada caso tivesse aceitado os termos de rendição das forças aliadas, mas com sua recusa o regime nazista deixou claro a sua autodestruição. Outro ponto também destacado por Kershaw, mostra o quanto a Alemanha já estava fragilizada economicamente quando da queda do governo nazista, e mesmo ocorrendo bombardeios nas cidades, a marcha da morte dos prisioneiros nazistas e o colapso social, os alemães continuavam defendendo o governo nazista, resistindo a todo custo. E Hitler, por sua vez, reproduzia esta narrativa e a recolocava à sociedade, para que as pessoas convencessem da vitória da Alemanha.

Neste período também aumentava de forma exorbitante o falecimento de inúmeros cidadãos alemão por conta dos ataques de soldados aliados ao território alemão, onde milhares de indivíduos ceifaram suas vidas tentando fugir desses ataques tão dolorosos e perversos. Essa situação desesperadora enfraqueceu definitivamente o regime nazista, reduzindo o número de soldados sem forças para lutarem diante de uma batalha avassaladora que já estava completamente perdida, e além disto ainda ceifaram a esperança de dias melhores de tantas famílias.

Kershaw (2015) destaca a posição que Hitler se encontrava diante do fim de seu partido:

Com recursos materiais e humanos beirando o esgotamento e uma capacidade muito inferior à das forças combinadas do inimigo, que agora obrigava o regime de Hitler a irremediavelmente na contagem regressiva. Confiança cada vez menor em Hitler e um evidente receio quanto ao futuro tornavam-se cada vez dia a dia mais evidentes. (KERSHAW, 2015, p. 42).

Podemos colocar que até os líderes mais fortes se rendem a situações mais difíceis, e Hitler se rendia não a seus inimigos exatamente, mas aos seus pensamentos que o instigava a todo momento a sempre pensar em uma derrota próxima. Assim, como é posto por Kershaw, Hitler se via em um dilema se continuaria sendo o líder forte e respeitado por sua comunidade ou apenas desistir como um indivíduo fraco, e naquela realidade era justamente o único ponto que o fazia a não desistir de lutar. Mesmo estando em uma situação crítica, Joseph Goebbels, um dos maiores sustentáculos de Hitler, não se preocupava exatamente com seu líder, mas sim com a possibilidade de não poder dar continuidade na produção de novas propagandas, para que assim o governo conseguisse superar as dificuldades e a Alemanha continuar sendo o país com mais poder e autoridade.

A essa altura, inúmeros comandantes militares já haviam questionado, em vão, as decisões de Hitler. Era impossível manter uma argumentação racional diante de sua presença dominadora. Como líder supremo, ele não tolerava a menor objeção e seu direito de comando era aceito por todos. (KERSHAW, 2015, p. 52).

As controvérsias se instauravam cada vez mais entre a população da Alemanha, alguns consideravam que a luta não estava perdida e que de fato ir até o fim era preciso. Mas, para outros a guerra já estava acabada e que continuar a ceifar a vida de tantos inocentes não era a melhor escolha, e de fato era de se esperar essas duas reações de uma população que sofria já naquele momento as consequências de duas guerras mundiais.

Por fim, concluímos que Adolf Hitler foi criterioso e manipulador durante o período da construção e consolidação de sua imagem. De forma ardilosa e manipuladora se apropriou da lealdade de um povo, conseguiu criar inúmeras produções de filmes e imagens que ressaltassem o quanto o seu projeto era a salvação para uma Alemanha destruída, e que sua maior preocupação era de fato o bem-estar dos cidadãos alemães. Assim, conseguiu manipular a sociedade alemã em todas as suas instancias, conseguiu controlar de forma autoritária o Estado e a sociedade, de forma que tudo não fugisse do seu controle, pois acreditava que fraqueza de um líder jamais poderia ser demonstrada, e que o mais importante seria sempre estar a frente de tudo e de todos. Por esta razão que a construção de sua imagem conseguiu fazer tanto sucesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos com este estudo que durante o regime nazista liderado por Adolf Hitler, juntamente com seu partido NSDAP, enfatizou em seus discursos aos alemães palavras sedutoras e convincentes, fazendo-os crer que juntos iriam conquistar todas as batalhas e, assim, oferecer as melhores oportunidades àquela sociedade. Para o êxito de seu governo, Hitler contou com o trabalho de excelência de dois profissionais da moderna comunicação visual, Joseph Goebbels e Leni Riefenstahl.

As propagandas nazistas tiveram um papel fundamental para o convencimento e dominação das massas e, como Drummond (2017) nos explica, foi através de suas mensagens subliminares em cartazes, filmes e discursos, que conseguiram construir a imagem de Hitler como o líder predestinado para soerguer a Alemanha do caos, com capacidade de levá-la ao estatuto de potência mundial.

Hitler, com seu autoritarismo, disseminou inúmeros discursos de que conseguiria reerguer a Alemanha e retirá-la, assim, de uma derrota e humilhação imposta no fim da primeira guerra com o Tratado de Versalhes em 1919. Estes discursos atingiram, em especial, os jovens alemães que seriam dali para frente a esperança de dias melhores e, por conseguinte, aproveitando para dominar ideologicamente aquele grupo que estava a procura de sua identificação pessoal e que pode se encontrar no ideário nazista.

O estudo permitiu a compreensão dos discursos de dominação do Partido Nazista, principalmente, na questão do poder político. Foi possível entender melhor as ideias e as ações de Hitler que se propunha ser um “grande líder” que, com todo aparato governamental concentrado de forma autoritária em suas mãos, convenceu inúmeras pessoas a aceitarem tanto ele como sua ideologia, ajudado pela construção de sua imagem pelos meios de comunicação da época. Apesar de todas as atrocidades cometidas por Hitler e pelo governo nazista, há de se destacar que o Führer deu esperanças àquelas pessoas que lutavam por momentos melhores em sua vida, por isso tornou-se para elas um “grande líder”.

A arte foi outro instrumento usado pelo governo nazista. A arte nazista possibilitou ainda mais a alienação e adesão do povo alemão, e por ser colocado de uma forma tão grandiosa os ideais de beleza alemã e do culto ao corpo, fez com que mais pessoas se identificassem com aquela nova realidade, despertando uma falsa esperança criada pelo governo aos seus cidadãos. Na verdade, a beleza instaurada em cada imagem representada nos produtos propagandísticos só engrandecia seu sistema de manipulação e, por ser uma experiência inédita, capacitou alcançar não só as mentes, mas também os corações de cada uma daquelas pessoas.

Por fim, precisamos manter vivo esse momento e essas memórias para que mais e mais indivíduos possam conhecer de fato a verdadeira face do líder nazista e, assim, poder compreender esta história, pois somente assim iremos garantir que os horrores cometidos pelo nazismo não caiam em algum momento no esquecimento, para que os sofrimentos alheios não sejam deixados de lado como se fossem algo sem valor e sim foram vidas que foram ceifadas, pessoas que tiveram sua liberdade, cultura, famílias e espaços destruídos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo. Difel, 1972.
- BACH, Steven. **Leni: A Vida e Obra de Leni Riefenstahl**. Cruz Quebrada, Portugal: Casa das Letras, 2007.
- ARQUITETURA DA DESTRUIÇÃO. Direção: Peter Cohen. 1989. (188 min.), P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Z8aQN-L8pI>. Acesso em: 19 ago. 2022.
- DRUMONDO, Jeanine Poock de Almeida. **O Nazismo na percepção dos Apoiadores de Hitler**: Goiás, 2017.
- EVANS, Richard J. **O Terceiro Reich no poder**. Trad. de Lúcia Brito. 1. Ed, São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2011.
- FRIGERI, Renata Aparecida. **O Nazismo vai ao cinema**. Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho, São Paulo, 2008.
- FERREIRA, M.A. **O cinema de propaganda nazista de Leni Riefenstahl**: Dokumentarfilm. Universidade Franciscana / Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande Do Sul, 2008. PEREIRA, 2008, p. 46.
- KLEMPERER, Victor, **LTI: A linguagem do Terceiro Reich**. 1ª edição, Trad. de Miriam Bettina Paulina Oeslner, Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 2009.
- KERSHAW, Ian. **O fim do Terceiro Reich: A destruição da Alemanha de Hitler**. Companhia das Letras, São Paulo, 2015.
- LENHARO, Alcir. **Nazismo** – “O triunfo da vontade”. 6. ed. São Paulo: Ática, 2003.
- MAZOWER, Mark. Nova Ordem de Hitler. In: **Continente Sombrio: a Europa no século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cultura e representações, uma trajetória. **Anos 90**, [S.L.], v. 13, n. 23, p. 45-58, 8 jan. 2006. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <http://dx.doi.org/10.22456/1983-201x.6395>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/anos90/article/view/6395>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- PEREIRA, Wagner Pinheiro. **O império das imagens de Hitler: o projeto de expansão internacional do modelo do cinema nazi-facista na Europa e na América Latina**. 2006. 439 f. Tese Doutorado, Curso de História Social, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Usp, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-29092008-172531/pt-br.php>. Acesso em: 19 out. 2022.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. 6 ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

SILVA, Luciana Lobão. **Heil Hitler**: Análise semiológica de pôsteres nazista do período 1933-1945, 2008.

TCHAKHOTINE, Serge. O simbolismo e a propaganda política. In: **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1967.

VELASCO, Bárbara M. **Nazismo por imagens**, Brasília, 2006. Disponível:

<file:///C:/Users/vetel/Downloads/34671.pdf>. Acesso em: 02 out. 2022

FONTES FÍLMICAS:

OLYMPIA. Direção: Leni Riefensthal. Produção e Edição: Leni Riefensthal. Alemanha: 1938. (1h11m).

TIEFLAND. Direção: Leni Riefensthal. Produção: Leni Riefensthal, Josef Plesner. Edição: Leni Riefensthal. Roteiro: Leni Riefensthal, Harald Reinl. Alemanha.1954. (1h38).

TRIUNFO DA VONTADE. Direção: Leni Riefensthal. Produção: Leni Riefensthal. Roteiro: Leni Riefensthal, Walter Ruttmann, Eberthard Taubert. Alemanha: 1935. (1h51m).