

IMAGENS DO NAZISMO: Ensaio sobre uma política cultural totalitária

Ana Paula Nazaré de Freitas

Mestre em Políticas Públicas e Sociedade pela UECE

1. O estado totalitário alemão: relações entre cultura, poder e comunicação

As relações entre cultura, poder e comunicação tem sido frequentemente objeto de análise de estudos contemporâneos sobre os usos que o Estado faz desses aparatos como instrumentos de propagação ideológica e/ou de consolidação hegemônica de determinados grupos políticos.

Neste trabalho a busca será por compreender como essas relações estão presentes nas políticas culturais nazistas, analisando de que forma tais políticas, aliadas à robusta propaganda, foram essenciais para a consolidação do movimento totalitário e da conquista da adesão das massas à ideologia nazista.

Assim é importante definir o regime totalitário e diferenciá-lo de outras formas de opressão política como as tiranias e as ditaduras. No regime total, o conjunto de leis positivas não é substituído por outro, ele não cria uma nova legalidade, a norma de sua ação é o movimento, assim ele desafia até mesmo as leis instituídas pelo próprio regime,

Por governo legal compreendemos um corpo político no qual há necessidade de leis positivas para converter e realizar o imutável *ius naturale* ou a eterna lei de Deus, em critérios de certo e errado. Somente nesses critérios, no corpo das leis positivas de cada país, o *ius naturale* ou os Mandamentos de Deus atingem realidade política. No corpo político do governo totalitário, o lugar das leis positivas é tomado pelo terror total, que se destina a converter em realidade a lei do movimento da história ou da natureza. (...) O terror torna-se total quando independe de toda oposição; reina supremo quando ninguém mais lhe barra o caminho. Se a legalidade é a essência do governo não-tirânico e a ilegalidade é a essência da tirania, então o terror é a essência do domínio totalitário (ARENDDT, 1989, p. 516).

É necessário apresentar as concepções que norteiam este trabalho no que se refere às políticas culturais, aqui não se pretende entender as políticas culturais apenas como aquelas voltadas às manifestações artísticas, mas também como modos de circulação de significados,

dispositivo de criação de consensos e controle social. Nesse contexto é importante também frisar o papel central das políticas culturais, no âmbito das definições identitárias. As políticas culturais podem ser definidas como áreas estratégicas que envolvem

o confronto de idéias, lutas institucionais e relações de poder na produção e circulação de significados simbólicos. [Sendo essas políticas] criativas e propositivas, ao produzirem discursos, e detentoras de poder simbólico atuante no campo cultural (MCGUIGAN, 1996, p. 89).

Na realidade da fragmentação do social, a política cultural tem um papel de centralidade diante da sua importância na circulação simbólica, na legitimação e silenciamento de discursos e também na elaboração, recriação e disseminação de identidades, segundo BARBALHO:

O Estado procura unificar em torno de determinada construção do que significa “Nação” os diversos segmentos que vivem em seu território. Para atingir este objetivo, elabora políticas culturais universalizantes que valorizam e procuram imprimir em todos os habitantes aqueles referenciais simbólicos e materiais escolhidos por serem os mais adequados ao projeto político hegemônico (BARBALHO, 2008.p.1).

As políticas culturais empreendidas no regime totalitário de Hitler tinham como características a criação de imagens que conformariam uma nova nação e um “novo homem”. Pautadas em uma natureza cientificista, pregavam a superioridade ariana, além de conterem insinuações indiretas e ameaças veladas, àqueles que não aderissem ao novo modo de pensar, agir e viver.

Assim, pode-se pensar tais políticas como um dos pilares para a construção de uma identidade e uma estética nazista. Um dos principais instrumentos para esta criação e disseminação de valores e concepções referentes a este “novo homem” ariano, foi a propaganda totalitária. Segundo Hanna Arendt, somente a ralé e as elites poderiam ser atraídas pelo totalitarismo, ficando então ao encargo da propaganda o desafio de conquistar as massas.

2. A propaganda nazista e as imagens da cultura

Controlada por Joseph Goebbels, através do Ministério Nacional para o Esclarecimento do Povo e Propaganda, a propaganda nazista foi fortemente marcada por discursos cientificistas, Arendt compara este tipo de discurso à técnicas da publicidade comercial americana.

Os nazistas, sem o confessarem, aprenderam tanto com as organizações dos gângsteres americanos quanto a sua propaganda, confessadamente, aprendeu com a publicidade comercial americana.(...) A forte ênfase que a propaganda totalitária dá a natureza ‘científica’ das suas afirmações tem sido comparada a certas técnicas publicitárias igualmente dirigidas às massas (ARENDR, 1989, p. 394).

O nazismo anunciava um mundo prestes à ruir, ameaçado por “raças inferiores”, se dizia responsável pela salvação do mundo através da erradicação de raças consideradas inferiores e da preservação da “raça superior”(a ariana). As ameaças àqueles que não aderissem a este novo modo de viver eram uma existência contrária as leis da natureza e conseqüentemente uma degeneração do sangue. Neste sentido a propaganda funcionava como arma na “guerra psicológica”, porém o terror aparece como uma arma mais poderosa. Arendt se refere a um tipo de terror à qual ela chama de terror dirigido:

Os nazistas não cometeram atentados contra personalidades importantes como havia acontecido anteriormente em ondas de crimes políticos na Alemanha; em vez disso, matavam pequenos funcionários socialistas ou membros influentes dos partidos inimigos, procurando mostrar à população o perigo que podia acarretar o simples fato de pertencer a um partido. Esse tipo de terror dirigido contra a massa era valioso no sentido daquilo que um autor nazista chamou de ‘propaganda de força’(ARENDR, 1989, p.393).

Outra característica do discurso nazista era a persuasão através de mentiras utilitárias e o hábito de anunciar suas pretensões políticas em formas de profecias. Assim, a propaganda vendia um mundo fictício, livre do acaso, das contingências e fortuidades da vida. Arendt analisa as causas da eficiência deste tipo de propaganda com as massas:

A eficácia deste tipo de propaganda evidencia uma das principais características das massas modernas. Não acreditam em nada visível, nem na realidade de sua própria existência; não confiam em seus olhos e ouvidos, mas apenas em sua imaginação, que pode ser seduzida por qualquer coisa ao mesmo tempo universal e congruente em si. O que convence as massas não são os fatos, mesmo que sejam fatos inventados, mas apenas a coerência com o sistema do qual esses fatos fazem parte (ARENDDT, 1989, p. 401).

Antes de instalarem o terror como modo de controle social, a adesão da massa acontece através da persuasão da propaganda. Como Arendt demonstra:

Antes de tomarem o poder e criarem um mundo à imagem da sua doutrina, os movimentos totalitários invocam esse falso mundo de coerências, que é mais adequado às necessidades da mente humana do que a própria realidade; nele, através de pura imaginação, as massas desarraigadas podem sentir-se à vontade e evitar os eternos golpes que a vida e as experiências verdadeiras infligem aos seres humanos e às suas expectativas. A força da propaganda totalitária – antes que os movimentos façam cair cortinas de ferro para evitar que alguém perturbe, com a mais leve realidade, a horripilante quietude de um mundo imaginário – reside na sua capacidade de isolar as massas do mundo real (ARENDDT, 1989, p. 402).

Uma das mais marcantes obras de propaganda nazista, o longa metragem “O triunfo da vontade” de Leni Riefenstahl, datado de 1935 e realizado durante o Congresso do Partido Nazista em Nuremberg (1934) é um marco na história dos documentários e da propaganda política. Considerado como uma das películas inauguradoras do expressionismo alemão, o filme é, também, um dos precursores da estética nazista no cinema. O filme não conta com um narrador, sendo a exibição de imagens do congresso ora acompanhados por música clássica, ora por trechos de discursos de Hitler e seus conselheiros e os brados louvores dos seguidores do partido, que participaram do congresso.

As imagens que o filme traz remontam à idéia de ação, movimento e disciplina, recheado de representações plásticas monumentais e espetaculares como os desfiles das tropas nazistas e de discursos inflamados que vendiam a certeza da vitória, a força de um regime inabalável. O filme mostra uma Alemanha unida e unânime exaltando o nacional-socialismo, em torno de seu líder, reverenciado e filmado com técnicas que o faziam parecer brilhante, iluminado, alto e onipotente.

O sistema que controlava o cinema alemão durante o III Reich, A Câmara Nacional de Cinema, vinculada ao Ministério da Propaganda, acompanha as produções fílmicas em todas as suas fases e mantinha uma política compensatória através de *predicados*, espécie de prêmios que classificavam o grau de importância dos filmes, quanto mais estes se aproximavam da ideologia nazista, maior era a graduação do *predicado* e conseqüentemente o benefício financeiro dos seus produtores.

Assim, a política cultural nazista estimulava a produção de obras diretamente relacionadas às causas do regime. Outra característica da estética nazista, presente nas propagandas e nos projetos arquitetônicos, assim como nas concepções de mundo dos nazistas, era a valorização da cultura grega e romana, o culto ao corpo e ao atletismo, na arquitetura linhas retas e construções grandiosas e na vida social a pregação da “higienização”, do embelezamento e da pureza da raça.

Desse modo ficaram de fora do projeto estético, por suas características plásticas serem totalmente antagônicas aos preceitos clássicos, a arte moderna, taxada como “arte degenerada”, foram exibidas durante uma exposição de mesmo nome, organizada pelo movimento nazista, em que se reuniam obras das vanguardas artísticas e as relacionavam com degenerações humanas, afirmando que retratavam pessoas com deficiências físicas e mentais ou pertencentes à raças consideradas inferiores e impuras.

A idéia do movimento contínuo não só se encontrava nas imagens vinculadas pelo regime, mas também funcionou como um modo utilizado pelo regime para se manter no poder, Arendt explica:

O importante para os movimentos totalitários é, antes mesmo de tomarem o poder, darem a impressão de que todos os elementos da sociedade estão representados em seus escalões: o fim último da propaganda nazista era organizar todos os alemães como simpatizantes. Os nazistas foram um passo adiante neste jogo e criaram uma série de falsos departamentos, moldados segundo a administração regular do Estado (...). O valor profissional dessas instituições era tão pequeno quanto o valor militar da imitação do exército representada pelas tropas de assalto mas, juntas, criavam um perfeito mundo de aparências onde cada realidade do mundo não-totalitário era servilmente reproduzida sob forma de embuste (ARENDR, 1989, p.421).

Fica claro que a propaganda nazista serviu, também, para desvincular a experiência da realidade, o movimento totalitário, quando chega ao poder, altera a realidade segundo suas

afirmações ideológicas. Arendt, analisando os governos totalitários de Stalin e Hitler descreve como suas ideologias foram transformadas em armas:

O expediente que ambos os governantes totalitários usaram para transformar suas respectivas ideologias em armas, com as quais cada um dos seus governados podia obrigar-se a entrar em harmonia com o movimento do terror, era enganadoramente simples e imperceptível: levavam-nas mortalmente a sério e orgulhavam-se, um, do seu supremo dom de ‘raciocínio frio como gelo’ (Hitler), e o outro, da ‘impiedade da sua dialética’, e passaram a levar as implicações ideológicas aos extremos da coerência lógica que, para o observador, pareciam despropositadamente ‘primitivos’ e absurdos: a ‘classe agonizante’ consistia em pessoas condenadas à morte; as raças ‘indignas de viver’ eram pessoas que iam ser exterminadas. Quem concordasse com a existência de ‘classes agonizantes’ e não chegasse à conseqüência de matar os seu membros, ou com o fato de que o direito de viver tinha algo a ver com a raça e não deduzisse que era necessário matar as ‘raças incapazes’, evidentemente era ou estúpido ou covarde. Essa lógica persuasiva como guia da ação impregna toda a estrutura dos movimentos e governos totalitários (ARENDDT, 1989, p.524).

O terror destrói todas as relações entre os homens e seus semelhantes e arruína a sua capacidade humana de ver a realidade, o homem nesta situação de embotamento perde sua capacidade de agir e pensar, se tornando o súdito ideal do movimento totalitário. Aquele que não mais distingue entre o fato/ficção e verdadeiro/falso. A verdadeira intenção da propaganda e do terror totalitário não era inspirar convicções, mas sim destruir toda a habilidade humana de alcançá-la.

Assim, o medo e o terror reinam plenamente quando os homens se encontram isolados uns contras os outros. Esta incapacidade de confiança e impotência gerou no regime nazista, não apenas a destruição da esfera da vida pública, mas também a da vida privada. Arendt, nos fala desta destruição:

Enquanto o isolamento se refere apenas ao terreno político da vida, a solidão se refere à vida humana como um todo. O governo totalitário, como todas as tiranias, certamente não poderia existir sem destruir a esfera da vida pública, isto é, sem destruir, através do isolamento dos homens, as suas capacidades políticas. Mas o domínio totalitário como forma de governo é novo no sentido de que não se contenta com esse isolamento, e destrói, também a vida privada. Baseia-se na solidão, na

experiência de não pertencer ao mundo, que é uma das mais radicais e desesperadas experiências que o homem pode ter (ARENDDT, 1989, p. 527).

3. Notas finais

A importância de compreender este processo é não somente entender como o regime totalitário nazista lançou mão de estratégias midiáticas e de dispositivos culturais como armas para se manter no poder, mas também pela atualidade do tema, uma vez que as imagens, veiculadas através dos *media*, adquiriram importância tanto na política quanto na sociabilidade contemporânea. Os *media* são capazes de alcançar amplas faixas da população, publicizar e gerar sentidos, além de sua capacidade de persuasão e mobilização, RUBIM (2000) enumera algumas das características da mídia na sociedade contemporânea:

3- (...) como modo (crescente e até majoritário) de experienciar e conhecer a vida, a realidade e o mundo (...) 4 – Presença e abrangência das culturas midiáticas como circuito cultural, que organiza e difunde socialmente comportamentos, percepções, sentimentos, ideários, valores, etc. Dominância e sobrepujamento da cultura midiática sobre os outros circuitos culturais existentes (...) 6 – prevaência das mídias como esfera de publicização (hegemônica) na sociabilidade (...) dentre os diferenciados ‘espaços públicos’ socialmente existentes, articulados e concorrentes (RUBIM, 2000. p. 30).

Diante do poder e da inserção na vida social que os caracterizam, estes passam a ser amplamente utilizados pelos aparatos estatais. Os Estados utilizam estratégias da esfera da publicidade e propaganda para a geração de sentidos e conseqüentemente para a consolidação e legitimação de seu poder. Vivemos a era do Estado espetacularizado, como define DEBORD (1997, p. 14-15) “*uma relação social entre pessoas, mediada por imagens*”.

A importância do estudo da cultura nos dias de hoje é a de possibilitar reflexões que possibilitem compreender a complexidade dos processos culturais e da própria sociedade contemporânea. Isso significa entender o campo cultural como um campo dinâmico, em suas relações com o social, o econômico e o histórico. Neste aspecto DURHAM (1997) afirma

toda análise de fenômenos culturais é necessariamente análise da dinâmica cultural, isto é, do processo permanente de reorganização das representações na prática social, representações estas que são simultaneamente condição e produto desta prática (DURHAN, 1977, p.34).

Neste contexto é importante considerar o que BOURDIEU (1996 *apud* BARBALHO, 2004, p.159) afirma em relação ao Estado. Segundo o autor, o Estado “*é detentor de um metacapital que reúne capitais simbólico, social, econômico, político e cultural*”. Portanto, ao se analisar as políticas de comunicação e cultura engendradas pelos governos, estaremos lidando com “*discursos altamente legitimados e de grande força legitimadora na definição identitária*” (BARBALHO, 2004, p.159).

É necessário compreender as relações entre a cultura e o campo político, para delimitar relevâncias e posicionamentos dos projetos de cultura em relação à sua inserção midiática e, num sentido mais amplo, social. Ou seja, perceber como o Estado faz uso da mídia para construir estratégias culturais, políticas culturais ou, melhor ainda, *políticas de identidade*¹.

Compreender estes processos em suas complexidades significa entender como as relações de poderes (hegemônicos ou contra-hegemônicos) acontecem na esfera da política e como essas relações não podem preceder da utilização da esfera midiática.

Portanto, é imprescindível aos que lidam com o campo da cultura, principalmente aos gestores públicos e pesquisadores adotar uma perspectiva que conforme Barbalho (2008) já indicou problematize a articulação identidade-alteridade-poder de forma produtiva e processual, no sentido de pensar e implementar políticas culturais mais democráticas que possibilitem o aprimoramento do processo político e da cidadania.

Todo fim da história, constitui necessariamente um novo começo; esse começo é a promessa, a única ‘mensagem que o fim pode produzir. O começo, antes de tornar-se evento histórico é a suprema capacidade do homem; politicamente equivale a liberdade do homem.(...) Cada novo nascimento garante esse começo; ele é, na verdade, cada um de nós (ARENDDT, 1989, p. 531).

¹ BARBALHO, 2008.

Referências Bibliográficas

ARENDDT, Hannah. **Sobre a violência**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994

_____. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

BARBALHO, Alexandre. **Textos Nômades: política cultura e mídia**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008

_____. Estado, mídia e identidade: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. Rio de Janeiro: **ALCEU**, vol. 4, n° 8. p. 156 a 157, 2004.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.

DURHAM, E. R. A dinâmica cultural na sociedade moderna. In: **Ensaio de opinião**. Rio de Janeiro: Ed. Inúbia, 1977. v.4.

MCGUIGAN, Jim. **Culture and the public sphere**. Londres:Routledge, 1996.

RUBIM, A. A. C. **A contemporaneidade como idade mídia**. São Paulo: Interface_ Comunicação, Saúde, Educação. v.4 , n.7, p.25-36, 2000.