



Minha honra se chama lealdade: a mítica cavaleiresca no imaginário nacional socialista - usos propagandísticos de um passado lendário (1933 – 1945)

My honor is loyalty: The chivalry myth in the national socialist imaginary – propagandistic uses of a legendary past (1933-1945)

Mauricio da Cunha Albuquerque

Mestrando em História
Universidade Federal de Pelotas
mauricioalbuquerq@hotmail.com

Fernando de Oliveira Botafogo

Graduando em Relações Internacionais
Universidade Federal de Pelotas
desertbriton@gmail.com

Rafael Oliveira Mansan

Graduando em História
Universidade Federal de Pelotas
rafaelomansan@hotmail.com

Recebido em: 21/04/2017

Aprovado em: 18/09/2017

RESUMO: Neste artigo, analisamos cinco materiais propagandísticos do NSDAP produzidos entre os anos de 1933 e 1945. Nosso estudo se foca em artefatos publicitários (pôsteres, cartões postais e capas de revistas) que fazem referência direta ou indireta ao que nomeamos “mítica cavaleiresca” – ou seja, que reproduzem ícones, símbolos e/ou padrões imagéticos amparados na figura do cavaleiro medieval como construção mítica. Neste sentido, acreditamos que o uso desta referência pela indústria midiática Nacional Socialista possui relevante papel retórico e discursivo; a representação do herói cavaleiresco como representante da ordem, da justiça e da moral vigente, possui um caráter eminentemente polissêmico, capaz de se adaptar a visões políticas e ideológicas distintas. Trata-se também de um trabalho que busca compreender os valores e simbolismos atrelados a determinadas imagens “canônicas” da cultura ocidental e as razões que levam à sobrevivência destas no imaginário coletivo.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda Nazista, Imaginário, Alemanha (1933-1945).

ABSTRACT: In this paper, we analyze five NSDAP propaganda materials produced between the years 1933 and 1945. This study focuses on advertising artifacts (posters, postcards and magazine covers) that refer directly or indirectly to what we call “mythical chivalry” - that reproduce icons, symbols and/or image patterns based on the figure of the medieval knight as a mythical construction. In this sense, we believe that the use of this reference by the National Socialist media industry has a relevant rhetorical and discursive role. The image of the chivalric hero as a representative of order, justice and valid morality has an eminently polysemic character, capable of adapting to different political and ideological visions. It is also a work that seeks to understand the values and symbolisms attached to certain “canonical” images of Western culture and the reasons that lead to their survival in the collective imaginary.

KEY-WORDS: Propaganda, Imaginary, Germany (1933-1945).



Introdução

Segundo o sociólogo neerlandês Jan Nederveen Piterse, as nações, para fins de legitimação de suas próprias agendas e identidades nacionais, criam sobre, e para si próprias, um “corpo metafórico”, uma expressão daquilo que desejam mostrar de si mesmas. Este “corpo” é composto por um complexo aparato simbólico. As narrativas de identidade que a cultura de massa, o teatro, os romances, os educadores, os artistas e os políticos (re)produzem ao longos dos anos, numa contínua *praxis* discursiva, contribuem para a consolidação de projetos e perspectivas a respeito do passado, do presente e do futuro do estado nacional. Em suma, “Nações como “comunidades imaginadas” são mantidas e recriadas por meio de narrativas [mitos e signos] que ajustam os legados a novas condições”¹. Heróis do passado, obras literárias, símbolos pátrios, hinos, monumentos. Imensuráveis são os elementos operantes tratando-se da estruturação e manutenção de consciências coletivas e programas políticos. Não raro, em momentos de crise, e/ou por meio de intervenções engendradas por grupos específicos, este mesmo “*corpus* simbólico” pode sofrer transformações significativas. Sob a égide do presente, nesta perspectiva, ícones, símbolos, mitos e narrativas patrióticas podem ser relido(a)s, ressignificado(a)s e até instrumentalizado(a)s em prol de anseios políticos e partidários dos mais diversos. Para o pesquisador em germanística Álvaro Alfredo Bragança Junior

[...] a história, vivida e feita por homens, por muitas vezes lança mão de uma base fabular para consolidar determinado modelo ideológico. As evidências históricas aliam-se às crenças, tradições e costumes, que têm na literatura talvez seu repositório mais amplo. Nesse momento, é possível um mal uso, em geral proposital, dessas fontes na criação e instauração de sistemas de ordem totalizante e totalitária.²

Os esforços empreendidos pelos regimes totalitários do século XX – em especial, pelo regime Nacional Socialista – atestam a favor deste argumento. Como demonstrado por David B. Dennis, a ditadura de Adolf Hitler se apropriara ao máximo da história, da arte e dos bens culturais da sociedade alemã, adaptando-os a partir de um viés racista, antissemita e antibolchevista, no intuito de agregar ao governo do *Führer* uma aura de legitimidade inquestionável. Na visão deste autor, “[...] Hitler estava determinado a repetir implacavelmente os princípios mais importantes da ideologia nacional-socialista para fazer seus seguidores adquirirem

¹ PITERSE, Jan Nederveen. **O Fim do Império Americano?:** Os Estados Unidos depois da Crise. Trad. de Tommaso Besozzi. Belo Horizonte: Geração editorial, 2009. P. 21

² JÚNIOR BRAGANÇA, Álvaro Alfredo. O germano e os *Ritter* a serviço do nacional-socialismo – propaganda e reapropriação política da imagem dos germanos e dos cavaleiros medievais na Alemanha nos 40. **Brathair**, São Luiz, v. 14, n. 2, 2014, p. 80.



uma familiaridade próxima a da certeza religiosa.”³. Organizações como a *Abnenerbe Forschungs und Lebrgemeinschaft* e a *Schutzstaffel*, amparadas pela poderosa máquina publicitária alemã, coadunaram para que praticamente toda a história e folclore alemães fossem relidos e aparelhados em benefício da ideologia do NSDAP.

Parafraseando Daniele Gallindo Silva, “Não há dúvidas em afirmar que a história da Alemanha é povoada de mitos, desde seus primórdios até os dias atuais”⁴. De tal forma, “[...] o mito possui uma dimensão simbólica, que auxilia em determinadas construções sociais”⁵, atuando, por vezes, como elemento catalizador, e, por outras, como peça basilar de discursos de autolegitimação. No que tange ao uso de motivos históricos, assim como de referências culturais “canônicas” por parte do *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei* em seu repertório discursivo-propagandístico, um ponto, em especial, chama nossa atenção: a presença da temática cavaleiresca em pôsteres, selos, cartões postais e cartazes de recrutamento.

Como já demonstrado por Haley E. Claxton no artigo *The Knights of the Front: Medieval History's Influence on Great War Propaganda* (2015), elementos “medievais”, em especial, com referências diretas ou indiretas ao imaginário cavaleiresco, foram utilizados à exaustão em materiais de propaganda ideológica em ambos os conflitos mundiais, tanto pelas nações europeias quanto pelos países da América anglo-saxã. Segundo a acadêmica

The visualizations and rhetorical techniques of propaganda were artfully constructed to draw parallels between ancient battles and the more modern war effort. [...] The influence of medieval-themed posters had its roots in the European cultural memory of chivalry, masculinity and knighthood during the Middle Ages. [...] For European nations in particular, chivalry and knighthood are widely regarded as historical concepts of great pride. In the centuries between the Middle Ages and the start of the First World War in 1914, stories of knights, chivalric codes, and other forms of medieval history were well recognized and formed a prism through which the contemporaries viewed the present. This history had been told and retold through scholarly works, folk tales, epic poems, ballads, and more. With each retelling and rewriting, certain facts were highlighted, others discarded, and some even invented to augment what was already there. [...] Historical events, time periods, and symbols are often referred back to in many different situations and elements emphasized in diverse ways in order to stir universally underlying ideals.⁶

Mesmo em discursos e manifestações políticas da atualidade, noções (tanto imagéticas quanto conceituais) da Cavalaria medieval são constantemente associadas em cartazes, estampas,

³ DENNIS, David B. **Desumanidades: Interpretações Nazistas da Cultura Ocidental**. Trad. de João Barata. São Paulo: Madras, 2014. P. 41.

⁴ SILVA, Daniele Gallindo Gonçalves. Para uma (Re)Mitificação dos *Nibelungen* no Período entre Guerras Mundiais. **Revista Eletrônicas Literatura e Autoritarismo**. Cascavel, v. n.º 23, 2014, p. 62.

⁵ _____. **Revista Eletrônicas Literatura e Autoritarismo**, p. 62.

⁶ CLAXTON, E. Haley. *The Knights of the Front: Medieval History's Influence on Great War Propaganda*. **Crossing Borders: A Multidisciplinary Journal of Undergraduate Scholarship**. Kansas; v. 1, Issue 1. 2015, p.2.



ou mesmo na internet, sob o formato de *memes*, difundidos em sua maioria por páginas e grupos de orientação nacionalista ou conservadora. A razão deste tema ser evocado com tamanha assiduidade em representações de natureza política, em especial, tratando-se dos vieses supracitados, é a problemática que norteia este artigo. Nossa proposta consiste em analisar cinco representações alusivas à mítica cavaleiresca em peças produzidas pela indústria cultural do Terceiro Reich entre os anos de 1933 e 1945. Pretendemos com este trabalho refletir sobre dois pontos chave: 1) A instrumentalização de um determinado mito referente ao imaginário medieval para fins de doutrinação, propaganda e promoção ideológica; e 2) A ressignificação deste mesmo mito por parte de um grupo político-social específico. Para isso, nos amparamos no conceito de representação a partir do teórico anglo-jamaicano Stuart Hall. Para ele, a linguagem opera como um sistema representacional. Isto significa que “Na linguagem, fazemos uso de signos e símbolos – sejam eles sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e até objetos – para significar ou representar para outros indivíduos nossos conceitos, ideias e sentimentos”⁷. Desta forma, “a representação pela linguagem é, portanto, essencial aos processos pelos quais os significados são produzidos”⁸. No que tange ao estudo das representações e dos processos de significação, Hall afirma que existem duas abordagens possíveis: a semiótica e a discursiva.

Uma diferença fundamental é que a abordagem *semiótica* se concentra em *como* a representação e a linguagem produzem sentido – o que tem sido chamado de “poética” –, enquanto a abordagem *discursiva* se concentra mais nos *efeitos* e *consequências* da representação – isto é, sua “política”. Examina não apenas como a linguagem e a representação produzem sentido, mas como o conhecimento elaborado por determinado discurso de relaciona com o poder, regula condutas, inventa ou constrói identidades e subjetividades e define o modo pelo qual certos objetos são representados, concebidos, experimentados e analisados.⁹

Nossas fontes de análise consistem em pôsteres, cartões postais e a capa de uma edição da revista *NS-Frauen-Warte*. Nestas atribuições, vale salientar que, tanto pela natureza dos objetos de estudo, quanto pela importância do elemento visual para a propaganda política Nazista, esta empreitada tem como foco o âmbito imagético-discursivo. Ou seja: Em nossa percepção, imagens não são apenas e unicamente “reflexos” das opiniões, percepções e sensibilidades de seus criadores. Devido seu potencial retórico e de convencimento, elas constituem agentes ativos dentro dos processos sociais e culturais em que estão inseridas. Como afirma Cibele Aldrovandi,

Se a imagem tem por função o discurso, diferente do texto escrito, que possui maior flexibilidade no que diz respeito à sua extensão, ela precisa ser concisa e direta, uma vez que está circunscrita ao espaço formal da obra. Neste sentido,

⁷ HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Trad. Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2016. p.18.

⁸ _____. **Cultura e Representação**, p.18.

⁹ _____. **Cultura e Representação**, p.27.



esta propriedade da imagem, aqui chamada sintética, e seu próprio caráter visual propiciam uma difusão mais ampla, e, portanto, mais direta, ágil e persuasiva no discurso que engendra¹⁰.

Para melhor organização das ideias e dos argumentos aqui apresentados, dividimos este escrito em duas sessões. Na primeira, traçamos um panorama contextual a respeito da ideologia da *Schutzstaffel*. Esta organização, liderada pelo ministro do interior, e uma das figuras mais proeminentes do regime, Heinrich Himmler, tivera papel fundamental na difusão de ideais místicos e pseudo-históricos sobre a raça ariana/germânica e o seu papel em relação a outros povos, como judeus, eslavos e ciganos. Acreditamos que a compreensão do pensamento da SS, assim como do imaginário Nacional Socialista como um todo, é um passo fundamental para este trabalho. Reiterando as afirmativas de Aldrovandi, a arqueologia da imagem volta-se essencialmente

à análise de conteúdos temáticos presentes no conjunto imagético e, além disso, busca inseri-los em seu contexto de surgimento e desenvolvimento no intuito de reconstruir e compreender os aspectos sociais, econômicos, políticos e religiosos que propiciaram sua criação.¹¹

Não se trata em momento algum de relativizar – tampouco ter como legítimas, ou justificáveis – as motivações por trás da confecção de uma imagem, mas sim de demonstrar circunstâncias, explicar situações e apresentar as conjunturas que propiciaram a sua composição material e simbólica. Na segunda sessão, realizamos o estudo de caso supracitado. Faz-se necessário mencionar que, ao longo de nossa triagem em busca de representações da mítica cavaleiresca em peças de propaganda do NSDAP, rastreamos em torno de cinquenta fontes específicas¹². Não sendo possível abarcar neste escrito tamanho corpus documental, optamos em trazer para esta discussão aquelas que julgamos de maior credibilidade quanto a suas origens e com maiores informações a respeito da produção de tais artefatos. Por fim, especificamos o que temos por “mítica cavaleiresca” a partir do argumento de Pierre Bonassie, presente na obra *Heróis e Maravilhas da Idade Média* de Jacques Le Goff.

Foi o mito – o mito do cavaleiro que busca o absoluto e vinga os oprimidos – que, através da lenda e da literatura, terminando no cinema, sobreviveu nas mentalidades coletivas. Em outras palavras, a imagem que nós geralmente concebemos hoje do cavaleiro medieval não é outra senão uma imagem ideal: é precisamente a representação que a casta cavaleiresca pretendia dar de si mesma

¹⁰ ALDROVANDI, Cibele Elisa Viegas. A Imagética Pretérita: Perspectivas Teóricas sobre a Arqueologia da Imagem. *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*. São Paulo, v. __, nº 19, 2009, p. 43.

¹¹ _____. *Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia*, p. 39.

¹² Aos pesquisadores interessados em verificar as imagens por nós coletadas, seja fins de pesquisa futura, ou no intuito de confirmar ou discordar dos argumentos apresentados neste artigo, ver a pasta “*Propaganda Nazi – Representações do Medieval*”, no site *Pinterest*. Link para acesso: <<https://br.pinterest.com/rafaelomansan/propaganda-nazi-representa%C3%A7%C3%B5es-do-medieval/>>



e que ela conseguiu, através dos trovadores, impor à opinião.¹³

Sendo a concepção arquetípica do cavaleiro medieval uma imagem idealizada, e o termo “mítica” como algo referente, pertencente ou originado através de um mito, podemos conceber a mítica cavaleiresca como: o aparato simbólico-conceitual que distancia – sem necessariamente desvincular – o herói-cavaleiro lendário de sua contraparte histórica; o conjunto de representações que concebe a figura do cavaleiro dentro de uma utopia; a construção imaginária do herói medieval dentro de uma base fabular.

A ideologia presente nas *Schutzstaffel*

A noção de que o povo germânico era dotado de uma superioridade pré-existente já dispunha de um apoio que pode ser traçado desde a segunda metade do século XIX. Tais teorias giravam em torno da premissa de que povos “fortes” tinham um direito natural de dominar ou exterminar aqueles mais “fracos” como forma de garantir a sua sobrevivência. Além disto, havia também uma sustentação dita científica de todo este ideário. Um dos primeiros proponentes desta ideologia racial era um teórico chamado Alfred Rosenberg, pertencente à Sociedade Thule, um grupo especializado em filosofia anti-bolchevique e anti-semita. Em sua obra *O Mito do Século XX* foi concluído que qualquer cultura iria entrar em decadência quando ideais humanitários obstruíssem o direito da “raça dominante” de governar quem a ela fosse subjugado.

Com isso, Richard Walther Darré, um dos admiradores do ideário rosenbergiano, expandiu as proposições feitas em *O Mito do Século XX* indo ainda mais além, conforme destaca Robin Lumsden, colocando que a fonte vital da raça nórdica era a agricultura.¹⁴ Em termos gerais, as ideias de Darré podem ser resumidas como uma maneira de priorizar o agricultor como fonte fertilizante para a terra e o sangue germânico, assim sendo renovado de por uma consecução de gerações que trabalham no campo. Aqui se torna claro o porquê de haver cartazes propagandísticos que fazem alusão à importância do agricultor para a defesa do Reich, pois era visto na figura do agricultor uma peça basilar para a sustentação político-econômica da estrutura governamental do Reich.

Não obstante, a união destas duas correntes axiomáticas fez com que isto tudo fosse inculcado no ideário político presente nas *Schutzstaffel* (SS), chegando ao ponto de que aqueles que não eram “racialmente puros” não deveriam fazer parte desta unidade. Traçando um paralelo com o mundo feudal-ideal de Heinrich Himmler, as SS então eram vistas como uma “elite racial”

¹³ LE GOFF, Jacques. **Heróis e Maravilhas da Idade Média**. Trad. De Stephania Matousek. Petrópolis: Editora vozes, 2009. p. 88.

¹⁴ LUMSDEN, Robin. **Himmler's Black Order: A history of the SS, 1923-1945**. Stroud, Reino Unido: History Press Limited, 2005. p. 64-66.



em uma nova Europa feudal, aonde esta elite iria administrar os feudos, e a vanguarda desta “elite racial” seria a SS. Doravante, por trás disto havia também uma forte idealização de um novo arquétipo de cavaleiro, e segundo Keegan, que deveriam possuir uma gama de características físicas que eram consideradas “puras” o suficiente para serem aceitas no rol de membros da SS.¹⁵

Por tanto, este imaginário de “pureza racial” era tão forte que até mesmo os casamentos de membros da SS eram regulamentados por uma espécie de “Secretaria de Raças” e também sendo necessária uma avaliação prévia da ancestralidade daquele que almejasse fazer parte desta organização. Já naquilo cerne a questão do cavaleiro ideal que era retratada na SS, é possível afirmar que sua inspiração pode ser traçada desde a existência da Ordem Teutônica, ou até mesmo nos próprios Jesuítas, conforme coloca Michael Burleigh.¹⁶ Isto, pois as ordens anteriormente citadas tinham enraizadas nos seus matizes de ideias uma profunda dedicação a uma causa maior. Isto tudo coadunou com uma forma muito semelhante de código de comportamento que existia nos cavaleiros medievais¹⁷, permitiu ainda mais a perpetuação de um espírito de corpo pertencente a uma ordem que não apenas possuía forte hierarquia, mas também era alicerçado em antigas práticas de ocultismo.

Em relação a essas tradições que existiam dentro das SS, é possível afirmar que elas eram instrumentalizações de um passado romantizado através de tradições inventadas, sendo que até mesmo a ideia do povo nórdico era uma criação do fim do século XIX.

Nas palavras de Hobsbawm:

The race destined through Hitler to dominate the world did not even have a name until 1898 when an anthropologist coined the term Nordic. Hostile as it was on principle to the heritage of the eighteenth-century Enlightenment and the French revolution, fascism could not formally believe in modernity and progress, but it had no difficulty in combining a lunatic set of beliefs with technological modernity in practical matters, except where it crippled its basic scientific research on ideological grounds.¹⁸

Os impactos da política militarista sobre a propaganda

¹⁵ KEEGAN, John. **Waffen-SS – Os Soldados da Morte**. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Renes, 1973. p. 31-33.

¹³ BURLEIGH, Michael. **The Third Reich: A New History**. Nova York: Hill & Wang, 2000. p. 80.

¹⁴ JÚNIOR BRAGANÇA, Álvaro Alfredo. O germano e os *Ritter* a serviço do nacional-socialismo – propaganda e reapropriação política da imagem dos germanos e dos cavaleiros medievais na Alemanha nos 40. **Brathair**, São Luiz, v. 14, n. 2, 2014, p. 85.

¹⁵ HOBBSAWM, Eric. **Age of Extremes: The short Twentieth Century 1914-1991**. Londres: Abacus, 1995, p. 118.

¹⁶ WETTE, Wolfram. The National Socialist Ideology of Violence and Hitler’s War Plans. In: DEIST, Wilhelm; MESSERSCHMIDT, Manfred; VOLKMANN, Hans- Erich; WETTE, Wolfram (orgs.). **Germany and The Second World War**. Oxford; Clarendon Press, 1990, p. 17.



O militarismo é mais do que um fenômeno ideológico, pois pode se relacionar com economia, ordem social, armamentos, política doméstica e outros campos, mas é uma característica marcante do *Reich* de Hitler e também das ideologias que permeavam a República de Weimar. É interessante notar aqui que, antes mesmo da figura do soldado ou do cavaleiro medieval começar a ser utilizada pela propaganda nacional socialista, já havia toda uma utilização da ideia do soldado como uma figura basilar para a sustentação de uma comunidade.¹⁹ Assim, se compreende que a glorificação da guerra, o uso indiscriminado da força e o apelo à guerra são características comuns do nazismo sendo também reproduzido diretamente tanto no seu discurso quanto em sua propaganda.

Continuando, ao ter como princípios os conceitos acima descritos, a atitude de Hitler em relação ao uso da força na política não era baseado em considerações funcionais ou cálculos puramente racionais, mas sim em uma ideologia que naturalizava a guerra através de uma argumentação que afirmava que, não somente a guerra era algo inerente às nações, mas também aos indivíduos propriamente ditos. Ao se apropriar da Teoria de Guerra clausewitziana e afirmar que, o propósito comum da política doméstica e exterior é preparar e projetar o poder político através de meios belicosos, a guerra é uma condição normal, de ocorrência regular, que só era possível distinguir da paz por causa da diferença de força existente entre estas duas. Entende-se que a concepção e adoção de objetivos específicos era precedido pela abstrata ideologia da força, logo, o militarismo no *Reich* é mais uma declaração de guerra permanente dotado de um valor místico inerente a sua existência, e suas consequências- a reconstrução do Estado alemão - são meros estratagemas que formam as bases da política de guerra nacional-socialista.

Por se tratar de um regime totalitário, o Estado alemão em 1933 conseguiu já a supressão dos direitos de imprensa e livre expressão, criando uma importante base para monopolização das notícias políticas e supressão de opiniões hostis ao regime, bem como a criação de uma propaganda uniforme através da força que seria implementada nos próximos anos. Assim, a conquista desta forma poder ideológico fora apoiada inclusive por indivíduos que trabalhavam no governo, mas não eram membros do partido nazista, contando inclusive com apoio de militares, industrialistas e até mesmo os círculos agrários que representavam. Isto, por sua vez, permitiu que houvesse um monopólio ideológico intencional que seria construído através da força do governo sendo empregada em diversos sentidos, e esta organização refletia a intenção do regime em controlar todos os aspectos da vida política e intelectual do regime, e pretendia fazer isto através do uso extensivo de um aparelho de propaganda quase onipresente para exercer este



controle.

Destarte, o objetivo primário desta propaganda era radicalmente reestruturar a sociedade alemã, para que a classe dominante, bem como as lealdades sectárias, pudessem aceitar uma nova consciência nacional. Um nível considerável de misticismo fora envolvido no lugar de profundos e conflitantes valores de uma comunidade nacional. Esse desejo de unidade é a força de um passado idealizado do que um presente *per se*. O sucesso desta propaganda se deu pela determinação com que o regime objetivava isto tentando camuflar estas ações com um ar de legalidade.

Em uma época de industrialização e luta de classes, os proponentes do nacional-socialismo argumentavam que o sentimento de alienação do homem (*Mann*) deveria ser transformado em um sentimento de pertencimento a uma comunidade (*Volk*).²⁰ Para criar um consenso, a máquina de propaganda do Terceiro Reich iria constantemente exigir que a população depositasse sua fé em slogans de impacto como o famoso “Um Povo! Um *Reich*! Um *Führer*!”. Para tanto, a função da propaganda era a de coordenar a vontade política da nação com os objetivos do Estado, desta forma desempenhando um papel de força ativa para pavimentar o caminho para uma comunidade nacional conjunta, utilizando inclusive de mídias de massa para instruir o povo sobre as atividades governamentais e por que o Estado Nacional Socialista exigia apoio total.

De uma forma intrinsecamente ligada à ideia de “comunidade nacional” era a crença na necessidade por uma “pureza racial”, algo que envolvia também a questão relacionada aos judeus, mas que também englobava dois outros povos considerados inimigos: os poloneses e a Rússia. Ao estabelecer uma dita conspiração de cunho marxista, hebraico-bolchevique, o maquinário ideológico do *Reich* foi capaz de fundir estas duas percepções de inimizade em uma figura só, isto sendo feito através da justaposição de tais adversários como inimigos de Estado e o Partido Nacional-Socialista como a única força capaz de combater esta dita ameaça. A proposta, por tanto, desta propaganda racial era o desejo de trazer à nação uma consciência comum em relação a sua unidade étnico-política.²¹ Continuando, havia uma relação entre a ideia de pureza racial e conceitos como *Blut und Boden* (Sangue e Solo) e *Volk und Heimat* (Povo e Pátria). O primeiro derivava diretamente do segundo e tentava definir a fonte da força da raça ariana através das virtudes agrárias, o passado nórdico, o guerreiro nórdico, a sacralidade do solo germânico.

²⁰ WELCH, David. **The Third Reich: Politics and Propaganda**. Londres: Routledge, 2005. p. 61.

²¹ WELCH. **The Third Reich: Politics and Propaganda**. p.83.



Isto, pois a ideologia nazista também se baseava em conceitos presumidos acerca das tradições germânicas procurando resgatar um passado místico aonde as antigas tradições ajudariam o povo a superar o caso no presente. Como resultado, toda esta propaganda fez com que certos estereótipos fossem criados para transformar a ideologia em um elemento unificante. Para tanto, foram utilizadas duas vias.

Conforme Welch

[...] First, propaganda attacked modern degenerate trends in painting and sculpture, [...] second, such *unkultur* was replaced by official Nazi art which purported to represent the healthy instincts of the Germanic utopian community of the master race (*Herrenvolk*). [...] In practice, this meant the idealization of blonde Nordic Stereotypes, described by one race theorist as ‘blond, tall, long-skulled, with narrow faces, pronounced chins, narrow noses with high bridges, soft fair hair, widely spaced pale colored eye, pinky-white skin’.²²

Desta maneira, é possível observar uma polarização não somente da ideia de um inimigo em comum através da criação de uma mega-narrativa que traz consigo uma espécie de conspiração “bolchevique-judaica” para derrotar a Alemanha, mas também como todo esse processo é capaz de agravar a si mesmo através de sua mera execução. Isto ficaria ainda mais em evidência quando a própria invasão da União Soviética para assegurar o *Lebensraum*, ou espaço vital, para a coexistência do povo germânico foi posta em prática. Ademais, as próprias campanhas militares da *Heer* foram arquitetadas no sentido de criar uma atmosfera estrategicamente benéfica o suficiente para convergir os esforços no sentido de derrotar a União Soviética em uma única campanha.²³

A Mítica Cavaleiresca na promoção do *Blut und Boden*

Para cimentar o ideário *Blut und Boden* e propaga-lo de forma efetiva na psique alemã, a *Schutzstaffel* lançou mão de modelos familiares ao imaginário popular teutônico que fossem compatíveis com a agenda do NSDAP. Dentre eles, o *Wehrbauer*, o soldado-agricultor. Este conceito, apesar de não ser original do Nacional Socialismo, uma vez que fora criado por um movimento agrário de cunho nacionalista chamado *Artamanen-Gesellschaft* no fim do oitocentos, tivera fundamental importância para o estabelecimento da noção do *Lebensraum*, assim como do papel de proteção e defesa que o camponês médio deveria ter para com a manutenção e defesa deste espaço vital. Dentre os símbolos do *Reich* que elucidam este discurso, encontra-se a espada de gume duplo – um símbolo cavaleiresco que representa a belicosidade, a honra e a coragem em

²² _____. **The Third Reich: Politics and Propaganda**. p.84.

²³ GRAY, Colin S. **War, Peace, and International Relations: An Introduction to Strategic History**. Londres: Routledge, 2013, p. 126.



campo de batalha – ao lado do ramo de trigo, o item que gera o alimento da nação.

Em uma figura específica (VER FIGURA N° 1, à direita), datada de 1941, é possível contemplar ambos os ícones (a espada e o trigo) com o acréscimo de um arado, o que ressalta o elemento rural. O ponto principal da imagem se encontra no texto escrito: “Camponeses e soldados ficam juntos lado a lado para fornecer as pessoas seu pão diário e para proteger a liberdade de seu Reich/Império”. Nota-se, desta forma, que a ideia de proteção da terra está atrelada a uma constante vigilância. Os soldados-camponeses deveriam assegurar que as terras germânicas não fossem usurpadas por judeus, eslavos ou poloneses (os povos “inferiores”, ou *Untermenschen* no imaginário Nazi).

Além de regular a produção e distribuição de bens agrícolas, o *Reichsnährstand* também promovia festividades voltadas à celebração de colheitas e safras anuais, como a *Reichserntedankfest* (“Festival de Agradecimento pela colheita do Reich”). O festival possuía uma versão regional na cidade de Goslar, localizada na Baixa Saxônia, chamado *Reichsbauerntag* (“Dia dos Agricultores do Reich”). Em um *plakat* (“cartaz”) de 1936 voltado à divulgação da sexta edição do evento (VER FIGURA N° 1, à direita), se sobressai a figura de um soldado da *Schutzstaffel* trajando uma armadura “medieval” – com exceção do elmo/capacete, que corresponde ao equipamento da *Wehrmacht*.

O guerreiro é representado com certa translucidez, o que significa que sua representação está ligada a valores espirituais e ideológicos. Abaixo do soldado, o lavrador, protegido pelo gigantesco vulto, cultiva a terra em direção ao leste, em uma insinuação à *Ostsiedlung*. Da mesma forma, o espírito guardião observa atento a estrela vermelha no canto direito superior da imagem e posiciona seu proeminente escudo para bloquear a tempestade que vem do oriente. A luminosidade também contribui para o estabelecer de um determinado componente semântico; o lado esquerdo da imagem (uma menção provável à Alemanha) é claro e iluminado, enquanto o direito (a União Soviética) é escuro, e o céu carregado. O soldado, defensor do *Reich*, incorpora então as virtudes cavaleirescas da honra, da proteção e do cumprimento de deveres feudovassálicos – o que neste caso se traduz como a obediência aos princípios institucionais do Nacional Socialismo.



(FIGURA Nº 12⁴)

Este motivo se repete de forma deveras semelhante na edição nº 20 da revista *NS-Frauen-Warte* (VER FIGURA Nº 2). A gazeta era – como dito na capa do periódico – *Die Einzige Parteiämliche Frauenzeitschrift* (“A única revista oficial das mulheres do Partido”), distribuída pelo “braço” feminino de NSDAP, o *Nationalsozialistische Frauenschaft*. Desta vez, a personagem que incorpora os valores de cavalaria não é um soldado profissional, mas sim o homem ariano comum, o não militar. A imagem pode ser compreendida em três planos: no primeiro, se encontra a mulher (modelo perfeito de mãe e esposa nas convicções do Nazismo) com o bebê em seu colo; no segundo, o homem ariano (pai e marido) empunhando espada e escudo; e, no terceiro, o agricultor com o arado. Trata-se de uma imagem de planos concêntricos no âmbito conceitual. A mãe ariana é protegida pelo marido que, por sua vez, se encontra amparado pelo agricultor. Aqui, os preceitos de honra (*Ére*), comprometimento (*Gefolgschaft*) e fidelidade (*Trinne*)

²⁴ Link para a imagem à esquerda: < <https://www.buchfreund.de/Wochenspruch-der-NSDAP-1941-Folge-41-Dr-Goebbels-Bauern-und-Soldaten-Reichspropagandaleitung-der-NSDAP-Hg.56761491-buch?v=1>>. Link para a imagem à direita: <

<https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwio44zqkqDTAhXCD5AKHeSXDcQQjBwIBA&url=https%3A%2F%2Fs-media-cache-ak0.pinimg.com%2F564x%2F7a%2Fa0%2F02%2F7aa002007209cf0c1ae946439bdd3352.jpg&bvm=bv.152180690.d.Y2I&psig=AFOjCNGvwjgLGLOfNqSq8PQHn4DClwPKdQ&cust=1492128730381831>>. Ambos os endereços acessados em 12/04/2017.



se mesclam a um terceiro valor cavaleiresco: a cortesia (*Höflichkeit*). A adição deste último princípio, que possui entre seus elementos constituintes a cordialidade e a defesa daqueles que não podem portar armas (no caso, mulheres e crianças), eleva o homem ariano comum à mesma posição do *Ritter*, o “cavaleiro-cavaleiro” germânico. Nas palavras de Bragança Júnior

Todo um ideal de cortesia regulamentava o comportamento padrão desse “novo homem”, guerreiro e gentle man, em que o cavaleiro –Ritter –, aquele que monta o cavalo, porém apresenta virtudes outras como bravura (*mannesmuot*); fidelidade (*triuwe*);[é] observador da devida medida (*diu mæze*);[possui] coração forte e elevados ideais (*hôher muot*); constância (*staete*); generosidade (*milte*); honra (*êre*) e principalmente [objetiva] a graça de Deus (*gotes gulde*)²⁵

Referindo-se a um produto que tinha por objetivo elevar determinados padrões comportamentais pautados em expectativas e construções de gênero, a mensagem trazida tem por objetivo a orientação da mulher ariana média. Orientação não apenas em relação ao seu próprio papel dentro do *Reich*, como esposa, guardiã do lar, e mãe, genitora dos futuros jovens germânicos, mas também em relação à escolha do parceiro ideal: aquele que (além das características biológicas e fenotípicas que lhe são esperadas) traz consigo as virtudes caval(h)eirescas. A conexão com o passado, a idealização da masculinidade guerreira e do *ethos* cortês, contribuem para a (re)produção de um discurso utópico, semi-mítico, fundamentado no ideal familiar. A “tradição” exerce um papel notavelmente retórico na medida em que age não como matéria argumentativa, mas sim persuasiva, agregando potência ao processo de significação.

²⁵ BRAGANÇA JÚNIOR, Álvaro Alfredo. Do guerreiro germano ao cavaleiro do século XIII Personagens históricos e modelos civilizacionais no mundo germânico continental: facês e interfaces. In: **Lênia Márcia Mongelli. (Org.). De cavaleiros e cavalarias. Por terras de Europa e Américas.** 1 ed. São Paulo: Humanitas, 2012. p. 79



(FIGURA Nº 22º)

Inimigos “Dracônicos”

Assim como a temática cavaleiresca, o arcabouço mítico do imaginário cristão-medieval não constituía uma novidade durante as campanhas eleitorais e subsequente ascensão do NSDAP. Outrora, no estabelecimento do partido já existia uma *praxis* midiática que legitimava as apropriações do imaginário cristão e do medieval como forma de transmitir um discurso de esforço nacional ou político. Na maioria das vezes, tal prática semiótica era proposital, com a comparação de datas históricas, mitos e hinos com a imagem representada, em um esforço de aproximar o discurso do presente ao passado imaginado, estabelecendo, assim “credibilidade” e “naturalidade” à imagem apresentada. Esta naturalização de modelos histórico-literários – mais imaginários do que históricos em si – constituía uma peça importante da propaganda nazi, pois tornava ainda mais porosas as fronteiras entre a realidade material e a utopia nacional socialista.

²⁶ Link para acesso: < <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/5a/ed/05/5aed054459571df55049d9c22e3b3b1e.jpg> > Acessado em 12/04/2017.



Apesar da presença constante de um discurso dirigido, a subjetividade religiosa tinha papel singular na construção do mito e no seu caráter homogeneizante; a crença nos mitos cristãos – ou nas releituras destes mitos projetadas pela máquina propagandística do Reich – naturalizava determinadas concepções racialistas e xenófobas. Incidentes como o dos "Anjos de Mons" eram creditados como verídicos tanto por uma parcela do público quanto por militares. Apropriar-se de mitos como o de São Jorge, portanto, pareceria uma etapa padrão no esforço de transmitir ideais de "guerra justa".

Para melhor analisar essa prática no contexto de seu uso pelo NSDAP, analisaremos agora três exemplares, sendo dois deles produzidos com fins de promulgar a imagem positiva da *Sturmabteilung* (SA) durante seu esforço de propaganda, sendo todos [os exemplares] apoderando-se da imagem de São Jorge.

A primeira imagem (VER FIGURA Nº 3), trata-se de um cartão postal com o intuito de arrecadar doações para a milícia do *Reich*, onde é possível observar claramente a subversão do imaginário cristão com propósito de promover o caráter heróico e salvador da mesma e do NSDAP face aos inimigos da nação. Apesar do inimigo ser representado apenas como um dragão, tanto a suástica do NSDAP como a insígnia da *Sturmabteilung* estão representadas como parte da heráldica de São Jorge. O caráter da primeira imagem se apropria do imaginário subjetivo, do dragão como inimigo e representação do "mal", do caos, onde a mensagem mais direta é transmitida a partir dos símbolos heráldicos.



(FIGURA Nº 3²⁷)

Em contrapartida, a segunda imagem (VER FIGURA Nº 4) abandona o discurso subjetivo para transmitir uma mensagem mais agressiva, através do apontamento direto de quais são estes inimigos: Nas cabeças da hidra, identifica-se indumentárias e esteriótipos daqueles que eram considerados como os inimigos do NSDAP no período. Em ordem de cima para baixo, é possível apontar o *czapka* (ou *rogatywka*), chapéu típico de uso militar polonês, a estrela do Partido Comunista da União Soviética, e a estrela de Davi Judaica, assim como o nariz acentuado, também presente na primeira cabeça. No corpo também estão presentes as siglas de outros inimigos como o KPD (*Kommunistische Partei Deutschlands*, ou Partido Comunista Alemão), novamente a Estrela de Davi, a RF (*Republic Frankreich*, ou República da França) e o SPD (*Sozialdemokratische Partei Deutschlands*, ou Partido Social Democrata da Alemanha). Igualmente, a imagem de São Jorge é invocada, sendo possível identificar o seu equipamento de cavaleiro assim como a cruz cristã. Nessa instância, porém, ele apoia diretamente o membro da *Sturmabteilung*, reforçando o apoio das tradições do passado para com o esforço Nazista.

²⁷ Link para acesso: <https://br.pinterest.com/pin/552816922994269051/>>. Acessado em 15/04/2017



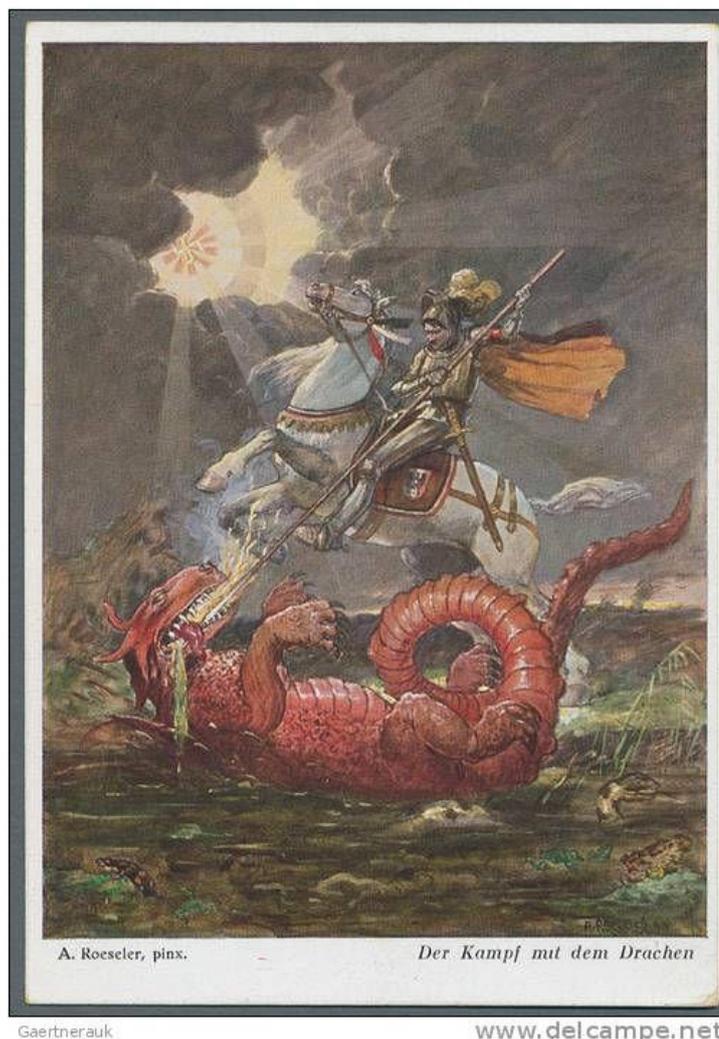
(FIGURA Nº 4²⁸)

Diferente das duas primeiras imagens, que utilizam São Jorge como forma de induzir a legitimidade (e em certo ponto a sacralidade) do Nazismo, a terceira (VER FIGURA Nº 5) não apenas se apropria, mas insere-se dentro do mito, com o próprio *Führer*, Adolf Hitler, tornando-se o santo guerreiro. Nesta representação feita por August Roeseler, além do *Führer*, estão presentes outros símbolos contemporâneos como a suástica e o brasão de armas do Império Alemão. Por ser elaborada antes da morte de Paul Von Hindenburg, a *Reichsdienstflagge* prussiana, ainda está presente. É interessante notar que Hitler, trata-se do cavaleiro, São Jorge, que toma as rédeas para derrotar o dragão vermelho (uma possível alusão à URSS e aos valores político-ideológicos por ela representados), e a antiga Alemanha Prussiana, transfigurada sob a forma do cavalo, o que pode ser interpretado como uma demonstração de poder perante Hindenburg, considerando a aversão de Hitler com a velha elite. Da mesma forma, o líder do partido conduz o cavalo com maestria, sugerindo que com esta mesma destreza o *Führer* governará a nação alemã. A *Reichsdienstflagge* fora abolida pelo governo nazista em 1935. Portanto, torna-se viável supor que a representação da *Hakenkreuz* (“suástica”) nazista como o sol possui um significado de que o

²⁸ Link para a imagem: <<https://br.pinterest.com/pin/466826317596870861/>>. Acessado em 15/04/2017



partido traria uma "iluminação" sobre os tempos "nebulosos" da Alemanha na década de 1930.



(FIGURA N° 5²⁹)

Considerações Finais

Reapropriar tradições, ressignificar símbolos, e quimerizar passados são práticas correntes no universo político, não apenas em regimes autoritários, mas também nas (ditas) “democracias-liberais”. As motivações que levam a tais agenciamentos são ilimitadas, contudo nota-se, na maioria destes fenômenos, um ponto de grande coesão: o passado opera como instrumento legitimante de ações presentistas. O estudo aqui conduzido demonstrou que o passado medieval possui grande potencial comunicativo, retórico, e discursivo. Estas interfaces serviam tanto para reenfatizar as doutrinas do *Reich*, quanto para difamar seus adversários, quaisquer fossem eles. A imagem do cavaleiro medieval se destaca por ser extremamente poderosa, devido aos valores que

²⁹ Link para a imagem: <<https://br.pinterest.com/pin/502292164671467111/>>. Acessado em 15/04/2017.



lhes foram atribuídos em um processo de longa duração. A proteção dos fracos, o respeito à ordem e à justiça, a contenção do corpo e do espírito a partir de um rígido código de conduta. Todos estes elementos convergem a favor de um herói atemporal, que sobrevive nas mentalidades coletivas através da literatura, do cinema e de outras mídias. Considerando a natureza da propaganda em si, é deveras compreensível (o que não significa legítimo) que o regime de Adolf Hitler, ao buscar no passado e o no imaginário popular modelos que agregassem valor à agenda do NSDAP, tenha se apropriado de uma figura tão cara à história e cultura ocidentais.

Em um momento futuro, será possível avaliar como medievalismos muito semelhantes a estes foram utilizados nos cartazes de recrutamento das *Schutzstaffel* (SS), dentro de uma visão pan-europeista. Também será possível elucidar que outros adversários – além dos comunistas e soviéticos, que tiveram maior destaque neste texto – foram depreciados nestas (re)apropriações do imaginário medieval. Todavia, é necessário mencionar dois fatores que tangenciam o estudo por nós conduzido e que, acreditamos, podem ser de certa validade para o(s) pesquisadore(a)s que pretendam prosseguir com este debate: 1) Estes usos (e abusos) do passado não eram novos. Como aponta a obra de Stefan Goebels, intitulada *The Great War and Medieval Memory: War, Remembrance and Medievalism in Britain and Germany (1914-1940)* (2007), ou mesmo o supracitado artigo de Claxton, tais representações eram frequentes em campanhas políticas de vários países europeus, em especial nas primeiras décadas do século XX. Por tanto, um estudo posterior poderia se voltar às continuidades e as rupturas dos devidos agenciamentos em relação a períodos anteriores. 2) Por mais que as intenções doutrinárias destes materiais sejam facilmente detectáveis a partir da análise dos signos inerentes ao seu conteúdo imagético, medir seu impacto e peso na sociedade alemã é uma tarefa que requer outros instrumentos, técnicas e documentos. Na verdade, este obstáculo é enfrentado por muitos pesquisadores do *mass media*. É possível analisar uma imagem e decodificar a mensagem que lhe fora designada por parte do produtor/artista, seu discurso, seus artifícios semânticos, assim como os jogos de poder que estão em seu entorno, ou mesmo sua genealogia estética. Mas quantificar sua recepção e seus efeitos “reais” é uma tarefa de maior complexidade. Este seria um dos principais “pontos-cegos” deste trabalho e que acomete muitos dos estudos relacionados ao campo das imagens. A grande presença de elementos medievais, ou tidos como “medievais”, na propaganda nazista permite alguma especulação a respeito, mas nenhum argumento que possa sair do nível hipotético.

Tratando-se da popularidade que a temática medieval adquirira nos últimos anos, se faz importante uma última reflexão para o encerramento deste artigo. Em uma matéria recente para a



página *Public Medievalist*, Andrew Elliot levantara argumentos sobre a problemática da “pós-verdade” na era nas mídias e das redes sociais³⁰. Na perspectiva deste acadêmico – assim como na nossa – o gosto que grupos políticos nacionalistas nutriram (e ainda nutrem) pelo medievo é um tema que gera grande receio e inquietude em diversos pesquisadores. A apreensão dos intelectuais na atualidade se justifica não apenas pelo recrudescimento de grupos extremistas, tanto na Europa quanto na América, mas também pela disseminação de informações extremamente equívocas e tóxicas a respeito da Idade Média em si. O fato do medievo ser frequentemente associado à fantasia, misticismo, proezas heroicas, aventuras épicas, assim como à supremacia dos valores cristãos frente à diversidade cultural, étnica e/ou religiosa da Europa contemporânea, contribui para uma maior instrumentalização deste período para fins político-ideológicos.

A complexidade do problema impossibilita-nos de propor uma solução prática sem que sejam realizadas pesquisas de maior acurácia quanto aos usos políticos do passado medieval neste e em outros âmbitos. Apesar de haver bibliografia considerável sobre o tema, as (re)apropriações (fantasiosas ou não) da história e do imaginário medieval devem ser compreendidas e estudadas em suas peculiaridades. A sugestão de um engajamento maior por parte dos medievalistas em relação a estes fenômenos é uma ideia propositiva que deve ser trazida a debate em eventos, congressos e seminários da área. Esta inserção é relevante não só no combate a demagogias e informações pseudo-históricas que circulam nos espaços virtuais, mas também para que o(a)s medievalistas repensem seu ofício e seu papel social. Ademais, em um momento em que a indústria do entretenimento lucra exponencialmente com temáticas direta ou indiretamente relacionadas ao medievo, é razoável que os acadêmicos da área retomem e revitalizem o debate a respeito dos usos do passado. Parafraseando Patrick Geary: “Mesmo que isto não funcione, e até com a certeza de serem ignorados, os historiadores têm a obrigação de soltar o verbo”³¹.

³⁰ Link para a matéria: < <http://www.publicmedievalist.com/vile-love-affair/>> Acessado em 15/04/2017.

³¹ GEARY, Patrick. **O Mito das Nações**. São Paulo: Conrad, 2005.