

## **O Triunfo da Vontade: Uma Leitura a partir da Persuasão e da Memória<sup>1</sup>**

Mayara NERI<sup>2</sup>

Mathias LENGERT<sup>3</sup>

Laísa VERONEZE BISOL<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

### **RESUMO**

Este trabalho apresenta uma análise descritiva do filme *O Triunfo da Vontade*, realizado pela cineasta Helene Amália Bertha Riefenstahl durante o período nazista. O objetivo deste estudo é verificar o modo como a produção pôde influenciar a população e, ainda, como relaciona-se na constituição da memória coletiva. Embasaram esta pesquisa, entre outros autores, Wolf (1985), Capelato (1999), Motta (2003) e Pollack (1989). Compreende-se que o documentário analisado trata-se de uma propaganda que visa difundir as ideias de Adolf Hitler buscando induzir a população a aceitar como autênticos os ideais nazistas e corroborando, assim, na constituição da memória coletiva a partir das premissas estabelecidas pelo partido.

**PALAVRAS-CHAVE:** O Triunfo da Vontade; documentário; nazismo; persuasão; memória.

### **1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS: A INFLUÊNCIA PELA INFORMAÇÃO**

Para que Adolf Hitler chegasse ao poder na Alemanha, deve-se considerar todo o contexto político do período entre guerras (1918-1939), em que o líder conseguiu instaurar o totalitarismo no país. Segundo Cretella Junior e Cretella Neto (2010), o regime político totalitarista vem de uma corrente ideológica única, que é imposta por um partido de massa, também único, o poder é exercido de forma concentrada e centralizada, por um grupo dominante e esses só podem ser afastados dessa posição por meio de processos de ruptura, quase sempre com violência (guerra civil, guerrilha ou revolução).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: [may.nd18@gmail.com](mailto:may.nd18@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: [mathias\\_lengert@hotmail.com](mailto:mathias_lengert@hotmail.com).

<sup>4</sup> Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: [laisabisol1@gmail.com](mailto:laisabisol1@gmail.com).

O período entre guerras foi crucial para a ascensão de Adolf Hitler ao poder, já que a Alemanha passava por um momento delicado por ter sido derrotada na primeira guerra mundial (1914-1918). Um dos fatores determinantes foi o tratado de Versalhes, imposto ao país pelos países aliados. A respeito do assunto, Sbrocco (2011, p.08) afirma que o povo alemão se sentiu humilhado pelas exigências do tratado, pois a Alemanha deveria assumir toda a culpa pela primeira guerra, ceder territórios, reduzir seu poder bélico e pagar uma indenização, cujo valor seria decidido posteriormente.

Nesse momento os alemães encontravam-se totalmente abalados, a economia do país estava em crise e os patriotas com orgulho ferido, todos esses fatores geraram um grande sentimento de revolta e vingança no país, cenário propício a uma mudança política.

Para manter-se e ter o apoio do povo, o líder alemão utilizou-se de alguns recursos que os meios de comunicação da época ofereciam, por meio deles foram desenvolvidas diversas propagandas de apoio ao governo, tendo algumas repercussões até os dias atuais, como o filme “O triunfo da Vontade” que se tornou uma obra de grande valor histórico.

Em *Mein Kampf* (1925), Hitler deixa explícita sua visão quanto às propagandas e a quem são destinadas. Segundo ele, as propagandas nazistas deveriam ser dirigidas a massa menos culta e deveriam corresponder a mentalidade e sentimentos dessa parcela da população, pois assim teria a atenção necessária.

A célebre frase de Joseph Goebbels - que foi ministro da propaganda de Adolf Hitler -, “Uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade” retrata bem a época, já que ao desenvolver propagandas, transmitiam o que o governo queria que o povo tivesse como verdade, então em todas suas propagandas pregavam o nazismo como algo benéfico para os alemães para que isso fosse tido como verdade.

Desde a popularização dos meios de comunicação, diversos governos políticos totalitários utilizaram-se desse recurso para a sua divulgação, pois buscavam formas de convencer a massa quanto aos seus interesses políticos.

Ao conhecer as habilidades da cineasta Helene Amália Bertha Riefenstahl, Adolf Hitler interessou-se pelo seu trabalho, tornando-o mais uma forma de disseminação do nazismo. Helene foi quem desenvolveu para o governo o filme documentário “O Triunfo Da Vontade” (1935), em que é retratado o 6º Congresso do Partido Nazista, realizado no ano de 1934 na cidade de Nuremberg.

---

A respeito do gênero documentário, Kracauer (2009, p. 332) apud Silveira, declara:

Diferentemente da maioria dos filmes de ficção, os filmes *documentários* não têm a ver com cenários artisticamente construídos, mas com a realidade que devem supostamente compreender. Poderia se supor que eles têm a pretensão de nos apresentar o mundo tal qual este é. Mas o que acontece é justamente o contrário. Isola-nos da vida, que unicamente nos diz respeito, acumulam o público com uma tal quantidade de observações indiferentes, embotando o que é realmente importante. Um dia desses o público tornar-se-á completamente cego.

Fica evidente que Kracauer acredita que o gênero de certa forma aliena o indivíduo, pois foge do seu real objetivo, que seria de apresentar a verdade a quem o assiste. Quando produzido, o filme segue interesses de quem o produz, o que leva a uma representação deturpada da realidade para o público. Levando esse pensamento ao encontro do filme *O Triunfo da verdade* nota-se total coerência, já que se acredita que Helene Amália Bertha Riefenstahl representou o governo nazista conforme os interesses de Hitler.

A propaganda nazista para atingir o povo se amparava, entre outros, em fatores pessoais e psicológicos, assim era possível desenvolver algo que atingisse o povo e repercutisse de forma positiva, para alcançar o resultado esperado. Um dos princípios básicos da teoria empírico-experimental – ou de persuasão – segundo Wolf (1985) é a exposição constante de um indivíduo a uma ideia que faz crescer o interesse sobre o tema.

Dessa forma as ideologias de uma pessoa não podem ser mudadas, apenas fortalecidas. A teoria da persuasão leva em consideração justamente essas características, as mensagens transmitidas devem levar em conta as características do grupo que se quer atingir.

Para Wolf (1985) essa teoria tem como princípio para desenvolvimento uma causa (estímulo), processos psicológicos intervenientes e efeito (resposta). Adequando as propagandas do regime nazista a essa estrutura, sejam elas no ambiente midiático e em discursos, nota-se que a causa para seu desenvolvimento era o interesse do governo de disseminar determinada ideia a seu respeito, baseando-se no psicológico abalado do povo na época, o que gerou um efeito, o sucesso dessas propagandas na manipulação da massa.

Entretanto, essa teoria não se caracteriza por um efeito imediato após o recebimento do estímulo, como defende a teoria hipodérmica, mas é segundo Wolf

(1985) dependente de vários fatores externos. A primeira delas está relacionada ao fato de nem todas as pessoas possuírem interesse ou conhecimento da mensagem.

Isso representa um desafio ao emissor, no caso, o Ministério da Propaganda, que precisou buscar formas de aumentar o alcance do seu público-alvo se baseando na inclusão de grupos sociais comumente ignorados nas publicidades, entre eles, os operários, trabalhadores rurais, mulheres e crianças, o segundo fator debate sobre a eficiência dos veículos de comunicação sobre as massas.

Os nazistas usaram diversas formas para assegurar que a publicidade chegasse aos receptores. Para Wolf (1985) o nível de consumo e de educação, bem como a serventia de cada *mass media* eram fatores importantes para compor a seletividade de exposição de um grupo. Sendo assim, meios impressos que exigem o letramento do leitor, não eram uma boa opção, considerando que o Ministério da Publicidade desejava atingir todas as camadas sociais, e que apenas a elite possuía acesso à educação escolar na época.

Consequentemente, os nazistas viram nos meios mais recentes à época, como a TV, rádio e cinema, potencial de uma eficácia muito maior que o anterior, observando, que a difusão da mensagem ocorria de maneira rápida ou até simultânea, e segundo Capelato (1999) possuindo uma linguagem simplificada e desse modo, mais acessível, além de ser agressiva e fazer uso de imagens (no caso dos meios audiovisuais). À vista disso, se tornava fácil ao governo manipular os sentimentos e paixões das massas.

O fator da percepção seletiva aborda a forma como o receptor irá digerir a mensagem, sendo que para Wolf (1985), este pode distorcer a informação recebida ao adaptar à suas concepções ou ideologia. Os meios de comunicação, sob essa visão, devem ser diretos e simples ao levar a mensagem às massas. A simplificação da mensagem para evitar possíveis ruídos de comunicações já era estratégia do governo como conta Capelato (1999, p. 169)

Alto-falantes foram usados para repetir as palavras de ordem ou para fazer ouvir as palavras do líder gravadas em discos. Em *meetings* organizados por todo país, oradores formados pelo partido popularizaram temas e *slogans* de fácil assimilação.

O último fator destaca que quanto mais as pessoas se identificam com algum assunto mais facilidade possuem em memorizá-lo, quanto mais o tempo de exposição das massas a mensagem, mais este fenômeno tende a se acentuar. Segundo Wolf (1985) o êxito de mensagens persuasivas aumenta com o passar do tempo, à vista disso,

Capelato (1999) afirma que mensagens isoladas não possuem força, mas diversas mensagens sobre o mesmo tema e cheias de dramatização podem modificar os sentimentos coletivos.

A vantagem ao governo nazista, ao usar essa forma de mensagem se relaciona com a facilidade que ela tem de todos que a receberem poderem entendê-la, ao mesmo tempo em que é pobre de informações ela é rica em dramatização, como afirma Capelato (1999, p. 168), “Em regimes dessa natureza [totalitarismo], a propaganda política atua no sentido de aquecer as sensibilidades e tende a provocar paixões”.

O processo de seletividade minuciosa da mensagem veiculada leva a uma manipulação de pensamento do indivíduo, criando imagens e ideias, que são instituídas às massas de uma forma que evite contestações. Desse modo, movimentos totalitários como o nazista antecedem à população alemã o que é bom ou ruim à sociedade, exemplo disso é a imagem criada sobre o judeu, como um invasor, culpado pela desgraça da nação.

## 2 UMA QUESTÃO DE MEMÓRIA

Muito além de ser apenas uma produção cinematográfica que objetive promover os ideais e a força do movimento nazista, *O Triunfo da Vontade* também se configura como um registro histórico do *III reich*, bem como explica como as propagandas influenciaram na mente da nação alemã, de modo a aceitar suas ideologias.

Ainda que seja descaradamente uma propaganda ao governo nazista, o filme constitui uma rica memória da Alemanha nos primeiros anos do governo Hitler, mostrando as esperanças do povo em uma nação forte e próspera, propostas pelo seu *fürer*. Outro caráter importante sobre a questão da memória no filme é a abordagem da sociedade alemã durante o governo não ser do ponto de vista clássico do ensino escolar, isto é, a partir da visão dos vencedores da Segunda Guerra Mundial.

A complexidade dessa obra cinematográfica é notável para a preservação da memória coletiva, que para Pollak (1989) representa a junção de todos os acontecimentos passados que marcaram determinada sociedade e da qual se quer extrair sentimentos a serem salvaguardadas as gerações futuras, de modo que “a referência ao passado serve para manter a coesão dos grupos e das instituições que compõem uma sociedade.” (POLLAK, 1989, p. 9). Tal preservação de sentimentos pode ocorrer de diversas formas, sendo que o exemplo da ditadura nazista serve para a humanidade

como referência do modo como o ódio e a ambição desmedida são letais à construção da paz. Ao mesmo tempo, grupos neonazistas resguardam esses sentimentos para se denotarem como simpatizantes da ideologia.

As memórias, ao se definirem como lembranças que marcam a sociedade, exigem apontamentos sobre o sentimento de coletividade por ela causada. Para Motta (2003), a nação é uma comunidade imaginada, pois um indivíduo não conhece todos os outros que a integram, porém eles dividem os mesmos sentimentos e mesmos interesses, compondo dessa forma, a memória nacional, que para Menezes (1992, p. 15 apud MOTTA, 2003, p. 184), “é o caldo de cultura, por excelência, para a formulação e desenvolvimento da identidade nacional, das ideologias da cultura nacional e, portanto, para o conhecimento histórico desses fenômenos”.

Ao se consagrar como memória de toda uma nação, a elite usa de artimanhas para manter o bom convívio e assegurar as normas de comportamento. As tradições se definem como uma dessas formas, pois, “são pensadas enquanto fenômenos construídos sempre em referência a um passado ritualizado com vista a imprimir uma identidade de grupo.” (MOTTA, 2003, p. 190). Essas tradições, ainda segundo a autora, levam a perpetuar símbolos de sociedades, ainda que elas tenham sido extintas, como é caso do uso de símbolos nazistas, como a suástica e a águia, por grupos neonazistas, o que representaria a prova mais absoluta da força de uma tradição que deseja reorganizar os resquícios do passado.

É importante citar o que Maurice Halbwachs (apud POLLAK, 1989, p. 03) definiu como “pontos de referência” que são fundamentais para a estruturação da memória, que incluiriam tanto as tradições e símbolos, quanto os monumentos, as paisagens, as datas, folclore, personagens históricos, arquitetura, as regras de interação e culinária. Segundo o autor, esses pontos reforçam a ideia da construção social da memória coletiva não pela imposição, mas pela aderência voluntária dos membros. Tal aderência se dá pelo compartilhamento de ideias comuns, e no caso da Alemanha nazista, pode-se considerar a propaganda como impulsionadora e aceleradora desse quesito, dado que, ela seduziu as massas a aderirem ao projeto de governo de Hitler a partir de ideias nacionalistas que prometiam a reconstrução de um país arruinado e a purificação da raça.

Para Motta (2003), o processo de escolhas de fatos do passado para serem lembrados pelos futuros integrantes do grupo, conseqüentemente, irá deixar de lado

outros momentos, que serão esquecidos, processo nomeado amnésia social. Todavia, para Motta (2003, p. 186), “Devemos estar cientes de que existem projetos de esquecimentos, coisas e fatos não devem ser lembrados, sob pena de ser ameaçada a unidade do grupo, questionada sua identidade, fragilizando e/ou colocando em questão o interesse comum”.

Em função disso, é importante, segundo a autora, identificar o motivo e a maneira como se realiza o processo de esquecimento, cuidando da conjuntura da sociedade. Em muitas ocasiões históricas o projeto de esquecimento foi usado contra as minorias.

O antissemitismo alemão se mostra como exemplo histórico de um grandioso projeto de esquecimento incluso dentro da ideologia nazista de purificação da raça da nação. A perseguição e o holocausto, matou milhares de judeus, enquanto muitos outros se tornaram foragidos, compondo assim as “memórias subterrâneas”, conceito de Pollak para definir as memórias de minorias sociais caladas, ou diminuídas perante a memória nacional.

A fronteira entre o dizível e o indizível, o confessável e o inconfessável, separa [...] uma memória coletiva subterrânea da sociedade civil dominada ou de grupos específicos, de uma memória coletiva organizada que resume a imagem que uma sociedade majoritária ou o Estado desejam passar e impor. (POLLAK, 1989, p. 7).

As lembranças das memórias subterrâneas, portanto, para o autor, ficam restritas aos grupos familiares e redes de indivíduos que pertencem a essa memória subterrânea sendo resguardadas por anos sem que a memória nacional possa notá-la. Essa repressão gera as mágoas que originam o “não-dito”, que seriam zonas silenciosas, das quais determinados assuntos não são expressos. Segundo Pollak (1989, p. 8),

O problema que se coloca a longo prazo para as memórias clandestinas e inaudíveis é o de suas transmissão intacta até o dia em que elas possam aproveitar uma ocasião para invadir o espaço público e passar do “não dito” à contestação e à reivindicação.

As redes clandestinas – compostas por criminosos, vagabundos, prostitutas, judeus e homossexuais – na época nazista, se mostram como exemplo do silenciamento dessas memórias perante o resto da sociedade, não apenas durante o regime hitlerista, mas também após ele, a qual, para Pollak (1989), mesmo após o fim do extermínio aos judeus e a oportunidade que lhes foi proporcionada pela mídia de depor sobre seus traumas, muitos se silenciaram, tratando a questão como um tabu. Um dos motivos foi o

desejo de esconder e esquecer a humilhação sofrida. Contudo, “quarenta anos depois [...], no momento em que as testemunhas oculares sabem que vão desaparecer em breve, elas querem inscrever suas lembranças contra o esquecimento” (POLLAK, 1989, p. 6).

Para o autor, a partir desse momento, em que o tabu é quebrado, as memórias clandestinas invadem as memórias nacionais, abalando-as e destruindo a estrutura que ignorava essas memórias do campo nacional. Consequentemente, as memórias – orais e individuais – então subterrâneas, passam a ter *status* de oficialidade, incorporando a história.

Não apenas os relatos orais servem para enquadrar as memórias, segundo Pollak (1989, p.11) “o filme-testemunho e documentário tornou-se um instrumento poderoso para os rearranjos sucessivos da memória coletiva e, através da televisão, da memória nacional”. Produções como *O Triunfo da Vontade*, se enquadram, portanto, como um importante registro da Alemanha durante a ditadura nazista, fundamental para a compreensão da estruturação dessa sociedade. Ainda segundo Pollak (1989) ao se impor esse trabalho especializado aos indivíduos, se assegura a durabilidade das instituições dominantes. Ao publicitar o filme, Riefenstahl, não apenas o trata como registro histórico mas também o marca como meio de analisar as formas da persuasão e de chegada do poder do movimento nazista.

### **3 O TRIUNFO DA VONTADE**

Segundo Arendt (1989, p. 390) os movimentos totalitários devem conquistar as massas por meio de propagandas, pois o terror exercido por estes só funciona até determinado ponto. De fato, a Alemanha Nazista soube usar as propagandas ao seu favor.

A cineasta Helene Amália Bertha Riefenstahl, ou somente, Leni Riefenstahl, nascida em Berlim, no dia 22 de agosto de 1902, desde muito cedo demonstrou afinidade com a arte, foi bailarina, atriz e diretora de cinema. Em uma apresentação de dança Riefenstahl machucou o joelho e consequentemente afastou-se da profissão, foi quando começou a pensar na possibilidade de investir na carreira de atriz, participou de alguns filmes, mas encontrou-se na produção deles (Frigeri, 2014).

Como produtora de filmes, contribuiu bastante para a disseminação dos ideais do governo nazista, devido a alguns filmes que produziu para o Partido, tendo maiores repercussões *Olympia* e *O Triunfo da Vontade*. Segundo Eichler (2007, p. 69 ):

Riefenstahl consegue dar conta de grande parte da ideologia nacionalista que o movimento nazista queria propagar, bem como de sua sedutora magia, uma vez que é capaz de agregar em seus filmes muitos dos apelos audiovisuais utilizados com esse objetivo: discursos, desfiles, fogos de artifício, arquitetura, monumentos, músicas – que fornecem o tom exato da solenidade.

O filme foi desenvolvido a partir de outro trabalho de Riefenstahl, chamado “A Vitória da Fé”, documentário que mostrava o primeiro congresso do governo nazista em Nuremberg, após Hitler estar no poder. A partir de então as propagandas não buscavam apenas enaltecer os feitos do governo, mas também exaltar Hitler.

*O Triunfo da Vontade*, foi produzido no ano de 1935, também na cidade de Nuremberg, na Alemanha e tornou-se um material de grande valor histórico para a atualidade, pois retrata discursos do governo e traz ao público cenas que mostram uma “realidade” a partir visão nazista, com a intenção de envolver o público e conquistá-lo.

No presente artigo, busca-se analisar o filme a partir da concepção da metodologia de estudos descritivos, que segundo Cervo e Bervian (1983) são os estudos e descrições acerca das relações, características ou propriedades existentes na realidade estudada. A motivação de escolha se deu pela busca do entendimento das estratégias comunicacionais desse documento histórico a partir do viés da teoria da persuasão e dos estudos da coletividade da memória.

A respeito do processo de análise de filme Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (2006, p. 15) declaram que analisar um filme significa fragmentá-lo, desconstruí-lo, a fim de poder verificar aspectos que “não se percebem isoladamente ‘a olho nu’”. Sendo assim, o filme *O Triunfo da Vontade* foi dividido, para este estudo, em quatro categorias: estética, discursos de Hitler, personagens e símbolos.

### **3.1 A questão estética**

A diretora, Leni Riefenstahl, em *O Triunfo da Vontade*, utilizou diversas táticas que pudessem idealizar, por meio da persuasão da imagem, a construção de uma identidade nacional pretendida pelos nazistas, que pudesse fomentar, segundo Martin (2005), um sentimento de realidade forte o suficiente para que os indivíduos acreditassem na existência apresentada por ela.

Os enquadramentos das cenas variam entre plano aberto, plano fechado (*close-up*), plano geral, plano médio, primeiro plano, primeiríssimo plano, plano detalhe e 3/4.

O principal ângulo usado é o contra-plongée<sup>5</sup> (a câmera se posiciona em nível inferior ao do olhar), empregado notoriamente para filmar o *fürer*, a escolha partiu do princípio dessa angulação dar “impressão de superioridade, de exaltação e triunfo, porque engrandece os indivíduos e tende a magnificá-los” (MARTIN, 2005, p. 51).

O filme começa com a produção de uma cena nas alturas, em que um avião entre as nuvens, leva Hitler para a cidade de Nuremberg. Aos poucos as nuvens vão desaparecendo e a cidade vai ganhando espaço em angulação *plongée* (câmera alta). Leni Riefenstahl enquadra a cidade de cima para baixo, de modo que é possível perceber a construção de uma superioridade a Hitler e ao seu poder.

Segundo Lenharo (2006, p. 60) nas primeiras sequências do filme, Adolf Hitler chega de avião como um esperado Messias. Nele é depositada a imagem de salvador da pátria e também se percebe uma analogia à águia, símbolo do governo, que traz a ideia de poder, coragem, força e vitória.

A filmagem é permeada de variações na movimentação da câmera em diversas cenas, como em planos de detalhe e *close-up's* com o propósito de enfatizar determinados objetos como bandeiras, suásticas e a águia, bem como os rostos alegres das crianças; e planos gerais, com o intuito de captar o povo de forma abrangente, usando técnicas de recorte de cena, o que provoca a percepção de uma grande multidão.

Em diversas partes do filme o enquadramento realça as construções, sejam elas casas, ponte, monumentos ou igreja, tais edifícios ajudam na construção de cena de uma Alemanha desenvolvida e agradável. Segundo Lenharo (2006, p. 48-49) a arquitetura para Hitler tinha o poder de expressar a grandeza de um regime, de uma época, de um povo, de uma raça, essas construções eram capazes de despertar a consciência nacional e reforçava a unidade política, além de incrementar o orgulho da nação em ser alemão.

Quanto a trilha sonora, sua maior parte consiste em músicas instrumentais, que conseguem intensificar ainda mais as cenas. Segundo Passamani e Ferreira (2006) em *O Triunfo da Vontade* existe uma mistura de músicas de Richard Wagner com canções folclóricas, hinos tradicionais e marchas nazistas, o que faz o filme ter uma trilha sonora única.

### 3.2 Símbolos

Alguns símbolos do governo como a suástica, as bandeiras nazistas e a estátua

---

<sup>5</sup> Os conceitos a respeito dos planos foram estudados a partir de Martin (2005).

de uma águia ganharam espaço em diversas cenas. Também usadas para a divulgação do governo, esses objetos até hoje são essenciais para a formação de uma memória coletiva.

Essa memória coletiva, que faz o indivíduo remeter tal símbolo ao governo nazista, vai também ao encontro da teoria da persuasão, especificamente a percepção seletiva, em que a sua interpretação é resultado de seus valores. A suástica, por exemplo, ao mesmo tempo em que consegue direcionar a memória ao nazismo, trazendo a tona seus significados da época, na atualidade pode ser vista também de outras formas.

Uma pessoa que segue a religião budista, por exemplo, conforme sua percepção e senso crítico enxerga na suástica um significado totalmente diferente se comparada à interpretação de um adepto do nazismo, já que no budismo o símbolo significa amor, misericórdia, força e inteligência e no governo nazista significava a superioridade da raça alemã. Segundo Citelli (2002, p. 26-27):

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata outra realidade que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. “Sem signos não existe ideologia”.

As bandeiras do governo nazista, bastante enfatizadas em algumas cenas do filme, são encontradas em diversos lugares, não só apenas nos locais em que Hitler está presente, o que de certa forma, contribui para suscitar na memória coletiva o patriotismo, o amor e o orgulho. Existiam bandeiras em diversos lugares da Alemanha, o que fez com que elas se tornassem parte do ambiente. Na visão de Hitler (1925, p. 460) suas cores tinham significado, em que o vermelho passava a ideia socialista do movimento, o branco transmitia a ideia nacional e a cruz suástica a missão da luta pela vitória do homem ariano, juntamente com a vitória da missão renovadora que era antissemita.

A estátua da águia, como já dito, representa a força e a coragem, características essas que eram primordiais no governo nazista. A mesma aparece em algumas cenas, tanto como plano de fundo dos discursos de Hitler, quanto em um enquadramento total, tornando-se protagonista no momento, juntamente da suástica que está sobre seus pés.

### 3.3 Personagens

A grande característica de *O Triunfo da Vontade* foi, segundo Rovai (2005), ser produzido com vistas a representar situações, lugares e pessoas comuns e transformá-los em participantes de uma produção que visasse enaltecer o *fürer*. Consideramos como personagens, para fins de análise, Hitler, demais líderes nazistas, as massas, as crianças e os jovens.

Hitler é a personagem principal do filme, se mantém sempre muito bem arrumado, cabelos penteados, barba feita e traje militar com medalhas ao peito e a tradicional braçadeira com a suástica. Mantém a seriedade a todo o momento, exceto em raros momentos de cumprimentos. Preserva, assim, sua imagem de severidade e respeito perante o povo alemão.

Os demais líderes também passam uma imagem de seriedade, se vestem do mesmo modo que Hitler portando sempre postura respeitosa, e do mesmo que seu *fürer*, barba feita e cabelos penteados. A escolha minuciosa dessas características que compõem a imagem tanto de Hitler, como dos demais líderes, é fundamental para resguardar uma memória coletiva, sob forma dos pontos de referências, como as vestimentas e comportamentos supracitados.

As massas são representadas como fiéis seguidores do seu *fürer* e acompanham os líderes nazistas em todas as cenas. Os vestuários são idênticos, tanto entre camponeses, quanto soldados, de forma que não haja a possibilidade de reconhecimento dos indivíduos. Seu papel é afirmar a aderência da população ao movimento nazista, e conseqüentemente, persuadindo alemães indecisos, ou de posicionamento oposto, à aderirem ao projeto político.

As crianças tomam lugar de destaque dentre as massas. A câmera destina foco a essa faixa etária devido a eles projetarem o futuro da nação, a construção da memória coletiva da representação de um cidadão exemplar e a ligação íntima com a pureza e ingenuidade. São retratadas crianças arianas, sadias e alegres que passam a ideia de satisfação com o governo.

Jovens também são recorrentemente enquadrados pelas câmeras, nessa faixa etária, especificamente do sexo masculino, no acampamento hitlerista, aparecem rindo, passando a ideia de um acampamento divertido e organizado, nessa cena é possível constatar a criação de uma realidade fantasiosa e persuasiva aos jovens, de forma a estabelecer um convite a quem não pertence a este.

Em geral, as demais personagens do filme aparecem sempre observando Hitler com admiração e expressões de felicidade o que, inferimos, podem ser sentimentos suscitados pelo contexto atual, pelos discursos do líder nazista e, ainda, através da difusão de ideias a partir de propagandas como esta que está sendo analisada.

### 3.4 Discursos de Hitler

Pode-se enquadrar a partir do conceito de modalidade discursiva persuasiva de Citelli (2002), os discursos de Hitler como sendo dominante e autoritário. Partindo da concepção da modalidade discursiva autoritária pode-se dizer que ela se caracteriza como um processo comunicacional onde o “tu” é convertido em um receptor passivo. A partir daí surge a imagem de um líder que dita o que é certo e errado. A modalidade persuasiva dominante afirma que o discurso autoritário é fortalecido pelas instituições sociais que blindam o conjunto de ideias que consideram certos. Assim, a partir da teoria da persuasão, o discurso dominante influencia as massas na mudança de comportamento ou no crescimento de interesse pelos ideais do líder.

As falas de Adolf Hitler são objetivas, acompanhadas de expressão séria e gestos rijos e vigorosos, usando uma linguagem que emprega palavras e jogos de frases simples e fortes que se repetem e de fácil entendimento e transparência, como em “A Alemanha está diante de nós, dentro e atrás de nós” (1935, 53’08”).

Ao mesmo tempo em que mantém compostura firme em suas palavras, o *fürer* usa de um discurso sentimental para sensibilizar o povo a integrar o seu projeto governamental. É possível notar em seus discursos o uso recorrente dos pronomes possessivos “meu/minha”, (meus trabalhadores, minha juventude alemã, etc.) como técnica de aproximação ao ouvinte, ao mesmo tempo em que se afirma como líder e dono da nação. O mesmo ocorre quando ele usa o pronome pessoal “nós” e o pronome possessivo “nosso/nossa” (nosso país, nossa gente, nós construímos, etc.). Assim, ele se põe no mesmo patamar que os demais alemães, dividindo as conquistas e desafios, enquanto fomenta uma sensação de aproximação com as massas, mesmo que, como citado por Citelli (2002) se caracterize pela imposição do “eu”, não abrindo espaço para discussões.

Seu discurso, assim como demais de caráter persuasivo, segundo o autor, é marcado por uma modalização persuasiva, contendo palavras autoritárias de caráter imperativo e uso acentuado de paráfrases, que, como resultado, atingem o povo de

maneira eficaz, impelindo-os a realizar uma ação, acatar ordens e desejos como mostra a seguinte frase do *fürer*, “Vocês precisam aprender a aceitar as privações sem esmorecer”, (1935, 51’28”) em que podemos destacar o pronome “você” que reduz a distância entre o emissor e receptor e o verbo “precisar” que indica ordem.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos objetivos deste artigo – desenvolver, a partir do filme *O Triunfo da Vontade*, uma análise descritiva e relacioná-la com a teoria da persuasão e o conceito de memória individual e coletiva –, pode-se observar que o partido nazista se utilizou, dentre outros recursos, o cinematográfico para a divulgação de suas ideias e persuasão do povo alemão.

O documentário *O Triunfo da Vontade* representa uma versão da verdade a partir dos objetivos e interesses de Adolf Hitler. Através de imagens, com foco nas pessoas felizes e admiradas por sua figura e seus feitos, e, também por meio da construção fílmica, da abordagem dos símbolos nazistas, e da manifestação discursiva, entende-se que, para além de um filme, a produção trata-se de uma propaganda que visa, sobretudo, a persuasão, conforme pode-se constatar a partir dos estudos que foram desenvolvidos no decorrer deste artigo.

Entende-se que, embora documentários, mesmo com este viés, não podem interferir diretamente e sem ruídos no pensamento e manifestação popular, ao serem difundidos, propiciam através de suas características, estímulos que, perpetuados, são capazes de gerar determinada influência, especialmente considerando o contexto histórico em que a população alemã vivenciava naquele período.

Assim, e para além da história, essa produção permite articulações no sentido da difusão de uma memória coletiva atrelada aos interesses nazistas e, desta forma, podendo, ainda, contribuir para a perpetuação desta memória.

#### 5 REFERÊNCIAS

ARENDDT, H. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. *Metodologia científica*. 3. ed. São Paulo, Editora McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CITELLI, A. **Linguagem e Persuasão**. 15. ed. São Paulo: Editora Ática, 2002.

EICHLER, J. L. **O Triunfo da Vontade e a Estética Nazista: O Nacional-Socialismo como Modernidade Alternativa**. Rio de Janeiro. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <[http://www.bdt.d.uerj.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=9185](http://www.bdt.d.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=9185)> Acesso em: 11 de abril de 2017.

FERREIRA, A. M.; E PASSANAMI, G. R. O cinema no limiar da ética: Leni Riefenstahl e a produção cinematográfica nazista. II Seminário Nacional de Filosofia e Educação. Santa Maria, RS. Universidade Federal de Santa Maria, 2006. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/gpforma/2senafe/PDF/006e2.pdf>> Acesso em: 8 de abril de 2017.

FRIGERI, R. A. **Sedução nazista na tela cinematográfica: vida e obra de Leni Riefenstahl**. Londrina. Universidade Estadual de Londrina, 2014. Disponível em: <<http://sites.unicentro.br/wp/lhag/files/2013/10/Renata-Frigeri.pdf>> Acesso em: 11 de abril de 2017.

HITLER, A. **Mein Kampf**. Alemanha: Editora Eher Verlag, 1925. Disponível em: <[www.InLivros.net](http://www.InLivros.net)>. Acesso em: 12 abril 2017.

JUNIOR, J. C.; NETO, J.C. **1.000 perguntas e respostas de direito constitucional**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1996.

MARTIN, M. **A Linguagem Cinematografica**. São Paulo: Editora Dinalivro, 2005.

MENEZES, Ulpiano Bezerra de. **A história cativa da memória?** Para um mapeamento da memória no campo das Ciências Sociais. Revista Instituto de Estudos Brasileiros, São Paulo, 1992

MOTTA, M. M. M. **História e memória**. Cadernos de CEOM, p. 172–199, 2003. Disponível em: <<http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/2196/1282>> Acesso em: 06 de abril de 2017.

POLLAK, M. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, v. 2, n. 3, p. 3–15, 1989. REPENSANDO o Estado Novo. Organizadora: Dulce Pandolfi. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getulio Vargas, 1999.

ROVAI, M.L. **Imagem, tempo e movimento: os afetos "alegres" no filme O triunfo da vontade de Leni Riefenstahl**. São Paulo: Editora Humanitas, 2005.

RIEFENSTAHL, H. A. B. **O triunfo da vontade**. 1935. Disponível em: <[https://youtu.be/\\_uP9h008eHU](https://youtu.be/_uP9h008eHU)>. Acesso em 18 de março de 2017.

SBROCCO, F. M. **A Alemanha no período entre – guerras: sobre a hiperinflação e a ascensão do Nazismo**. Araraquara, SP. Unesp/Araraquara, 2011. Disponível em: <[https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/121089/sbrocco\\_fm\\_tcc\\_arafcl.pdf?sequence=1](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/121089/sbrocco_fm_tcc_arafcl.pdf?sequence=1)> Acesso em: 10 de abril de 2017.

VANOYE, Francis e GOLIOT-LÉTÉ, Anne. Ensaio sobre a análise fílmica. São Paulo: Papyrus, 1994.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Milão: Grupo Editorial Fabbri, Bompiani, Sonzogno, ETAS S.p.A, 1985.