

Propaganda e discurso: uma análise da representação de Hitler em dois pôsteres produzidos no primeiro ano do regime nazista

Publicidad y discurso: un análisis de la representación de Hitler en dos carteles producidos en el primer año del régimen nazista

Advertising and speech: an analysis of Hitler's representation in two posters produced in the first year of the nazist regime

Luciano Taveira de Azevedo  
Instituto Federal de Alagoas (IFAL)

Nadia Pereira da Silva Gonçalves de Azevedo  
Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)

#### Resumo

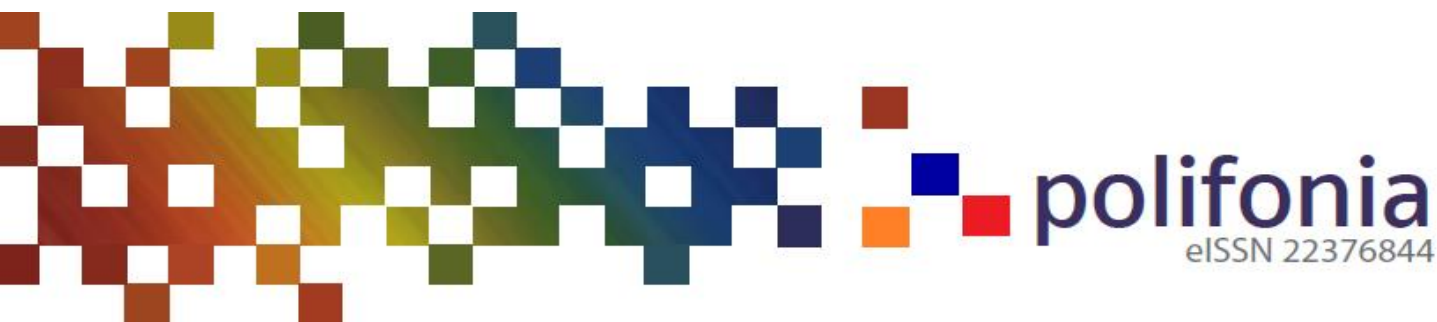
Neste artigo, analisamos o discurso produzido em dois pôsteres da propaganda nazista que circularam na Alemanha em 1933. O arcabouço teórico foi pensado a partir das contribuições de Pêcheux (2014a; 2014b; 2015); Orlandi (2001a; 2001b; 2017); Indurski (2011; 2013) e a metodologia igualmente definida de acordo com o que propõem os autores no campo da Análise do Discurso francesa. A análise permitiu que descrevêssemos o funcionamento discursivo dos pôsteres a partir da identificação daqueles discursos, produzidos antes e em outros lugares discursivos, que passam a sustentar os sentidos veiculados pela propaganda política em análise. Nesse movimento, efeitos de sentido, como aqueles relacionados ao passado mítico da Alemanha, ao patriotismo e à lealdade ao *Führer* são produzidos a fim de abrir uma via para a consolidação do regime totalitário no país.

**Palavras-chave:** discurso, propaganda, nazismo.

#### Abstract

In this article, we analyze the discourse produced in two posters of Nazi propaganda that circulated in Germany in 1933. The theoretical framework was designed from the contributions of Pêcheux (2002; 2014; 2015) and Orlandi (2001a; 2001b) and the methodology was also defined according to what the authors propose in the field of French Discourse Analysis. The analysis allowed us to describe the discursive functioning of the posters from the identification of those discourses, which were produced before and in other discursive places, that start to sustain the meanings conveyed by the political propaganda under analysis. In this movement, effects of meaning, such as those related to Germany's mythical past, patriotism, and loyalty to the *Führer* are produced in order to open a path for the consolidation of the totalitarian regime in the country.

**Keywords:** speech, propaganda, Nazism.



### Resumen

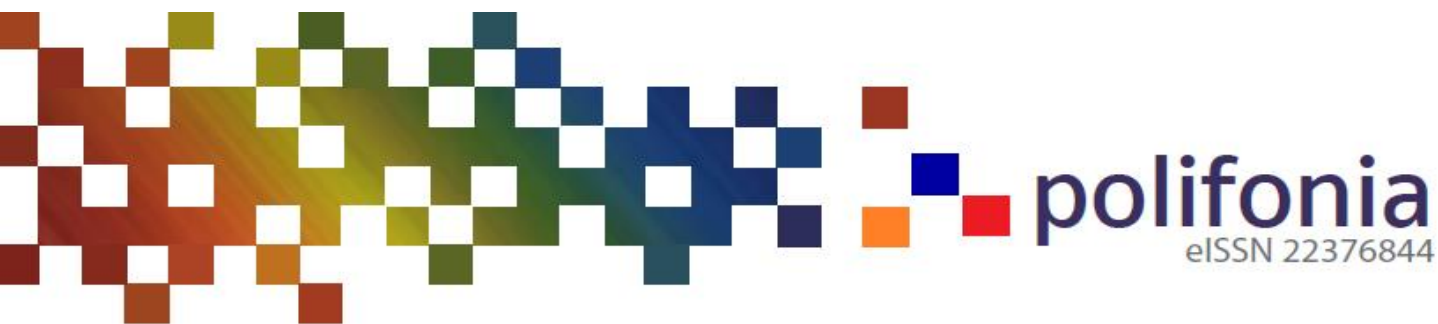
En este artículo analizamos el discurso producido en dos carteles de propaganda nazi que circularon en Alemania en 1933. Se diseñó el marco teórico con base en los aportes de Pêcheux (2014a; 2014b; 2015) y Orlandi (2001a; 2001b); Indurski (2011; 2013) y también se definió la metodología de acuerdo con lo que los autores proponen en el campo del Análisis del Discurso francés. El análisis permitió describir el funcionamiento discursivo de los carteles a partir de la identificación de aquellos discursos, producidos antes y en otros lugares discursivos, que pasan a sostener los significados vehiculados por la propaganda política analizada. En este movimiento se producen efectos de sentido, como los relacionados con el pasado mítico de Alemania, el patriotismo y la lealtad al *Führer* para abrir camino a la consolidación del régimen totalitario en el país.

**Palabras clave:** discurso, propaganda, nazismo.

### Introdução

Em 1933, Adolf Hitler assume o cargo de chanceler da Alemanha. Nesse mesmo ano, Joseph Goebbels, então responsável pela máquina de propaganda do Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP), é nomeado ministro do Ministério do Reich para Esclarecimento Popular e Propaganda (*Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda* – RMVP). Desde então, o Ministério liderado por Goebbels começa a despejar amplo material propagandístico sobre os alemães. Essa propaganda, cuja finalidade é dar continuidade ao plano que visa à instituição de uma ditadura de partido único na Alemanha, retoma elementos do passado mítico do povo alemão e atualiza sentidos desse passado imperial que, na concepção dos nazistas, havia sido grandioso e próspero. Esses mesmos sentidos são mobilizados para construir o mito da personalidade em torno de Adolf Hitler.

Assim, a análise do discurso que se faz nesse artigo recai sobre dois pôsteres da propaganda política nazista, publicados em 1933, que foram de extrema importância para o deslanchar dos processos históricos que levaram à consolidação do que ficou conhecido como Terceiro Reich. O primeiro e o segundo pôsteres foram produzidos para dois plebiscitos que tinham por finalidade realizar uma consulta sobre a fusão dos cargos de



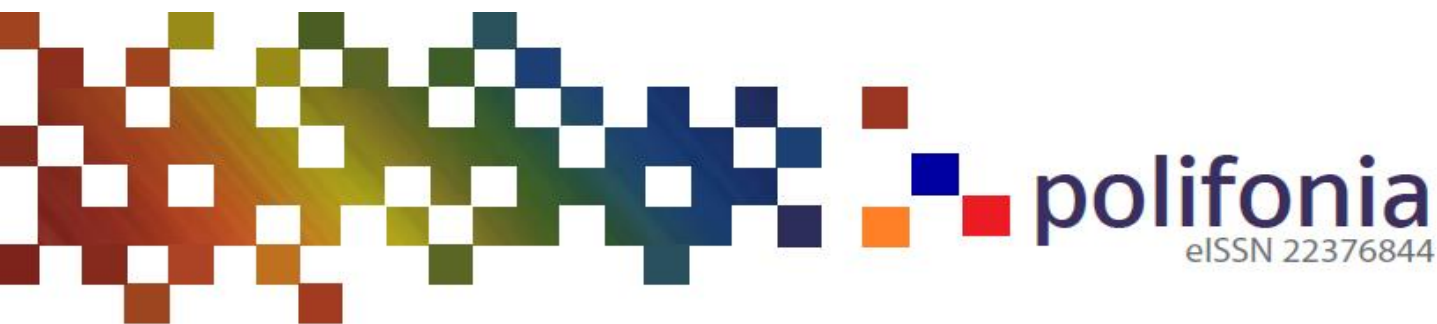
chanceler e presidente e a aprovação de uma lei que desse a Hitler plenos poderes, respectivamente.

A descrição do funcionamento discursivo dos pôsteres e das representações de Hitler imbricadas nesse funcionamento ficou por conta da análise da materialidade a partir da mobilização de dispositivos facultados pela Análise do Discurso francesa (AD) e do uso de metodologia própria ao campo.

### **1. Fundamentação teórica**

A análise dos pôsteres se encontra apoiada nos conceitos e dispositivos desenvolvidos no campo da AD, tais como pensados por Michel Pêcheux (2014a; 2014b; 2015), Eni Orlandi (2001a; 2001b) e Freda Indurski (2011; 2013). Assim, a concepção de história, sujeito e ideologia que adotamos é aquela concebida no interior dessa perspectiva.

O dispositivo de análise foi construído a partir das reflexões dos referidos autores sobre formação imaginária (FI), condições de produção (CP), formação discursiva (FD), pré-construído, discurso transversal e interdiscurso. Nesse sentido, entendemos por FI aquelas imagens que os sujeitos – em interação discursiva – constroem dos lugares sociais de onde cada um enuncia, ao passo que as condições de produção são constituídas por essas imagens, mas também pelo contexto mediato e imediato no qual se dá a interação. As FDs correspondem ao que, numa determinada formação social e, de um determinado lugar social, o sujeito pode enunciar, de maneira que há enunciados que não são permitidos a partir de um mesmo lugar. Entendemos por pré-construído as crenças e hábitos que constituem uma sociedade e a fazem funcionar de um determinado modo. Todos esses saberes que afetam o sujeito quando da sua inscrição no simbólico e que fornecem uma identidade, uma posição a ocupar e os conteúdos ideológicos que permitem sua inserção no mundo da cultura, podem ser entendidos como pré-construídos, ou seja,



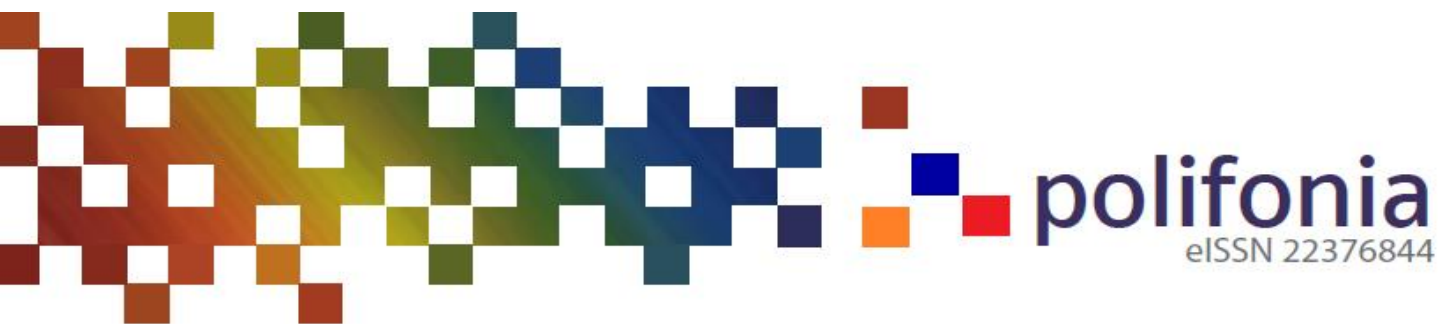
algo que se encontra sempre aí e constitui o sujeito. Pêcheux ([1975] 2014a, p. 151, grifos do autor) vai afirmar:

[...] que o “pré-construído” corresponde ao “sempre-já-aí” da interpelação ideológica que fornece-impõe a “realidade” e seu “sentido” sob a forma da universalidade (o “mundo das coisas”), ao passo que a “articulação” constitui o sujeito em sua relação com o sentido, de modo que ela representa, no interdiscurso, aquilo que determina a dominação da forma-sujeito (PÊCHEUX, [1975] 2014a, p. 151).

De acordo com o pensamento de Pêcheux, existem dois modos de existência do pré-construído: um que se refere ao sempre-já-aí que interpela o indivíduo em sujeito e outro que diz respeito à articulação, ponto de encontro entre o sujeito e a formulação dos sentidos em determinadas condições de produção.

Desse modo, aqueles enunciados que foram objetos de enunciação retornam no discurso do sujeito por meio de uma operação de encaixe sintático que permite que elementos vindos de outros enunciados passem a funcionar no interior do discurso do sujeito; no entanto, “esse encaixamento, em lugar de assim ser percebido, produz o efeito de ter sido formulado no seu discurso” (INDURSKI, 2011, p. 69), ou seja, no discurso produzido pelo sujeito em dadas circunstâncias. Ainda sobre essa operação de encaixe que caracteriza o pré-construído, Courtine (1999, p. 20, grifos do autor) argumenta que “uma formulação anterior, já dita, vem se encaixar como préconstruído”. O segundo modos das relações de parafrasagem que se constituem no interior de uma matriz de sentido é o discurso transverso.

Por discurso transverso, entende-se um modo de funcionamento da memória que “classicamente, é designado por metonímia, enquanto relação da parte com o todo, da causa com o efeito, do sintoma com o que ele designa etc.” (PÊCHEUX, [1975], 2014a, p. 153). Nesse modo de funcionamento, reitera-se o processo de repetibilidade no qual um discurso é margeado por outros discursos, conforme afirma Indurski (2011, p. 70): “o



discurso-outro entra de viés no discurso do sujeito, tangenciando-o e nele fazendo eco de algo que foi dito em outro lugar”.

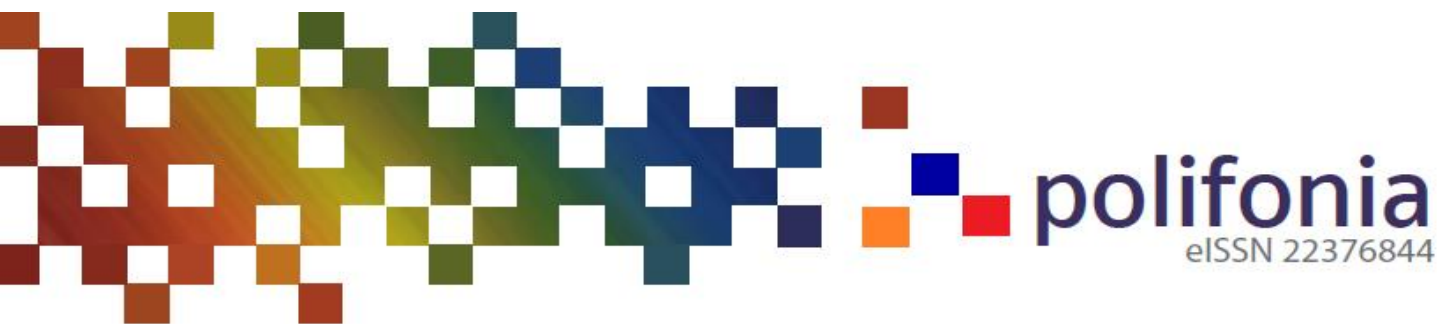
De acordo com essas considerações, entendemos que todo discurso se relaciona – ou se sustenta – em outro(s) discurso(s), via interdiscurso, que é o “todo complexo com dominante das formações discursivas” (PÊCHEUX, 2014a [1975], p. 149). O sentido, nessa perspectiva, se encontra sempre em relação polêmica e contraditória com outros sentidos oriundos de outras FDs que margeiam a FD dominante. O sentido é sempre sentido em relação a algo “que fala antes, em outro lugar e independentemente” (PÊCHEUX, 2014a, p. 149). Assim, o interdiscurso é efeito da memória discursiva que atualiza no discurso produzido, em determinadas condições de produção, discursos ditos antes e em outros lugares. A isso, Orlandi (2001a, p. 31) acrescenta que “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”. É nessa perspectiva que se pode falar em historicidade da língua(gem). Os textos e seus sentidos não são um fim em si mesmos, mas processos que se mantêm abertos porque inscritos na história.

Apoiados nesse construto teórico, buscamos identificar os discursos que, via memória discursiva, constituem o discurso produzido em dois pôsteres que representam Hitler e que contribuíram para a construção do culto à personalidade no primeiro ano do Terceiro Reich.

## **2. Metodologia**

No campo da Análise do Discurso, os procedimentos metodológicos e os dispositivos de análise mantêm uma intrínseca relação com o objeto e a teoria, de maneira que as pesquisas feitas no campo assumem um viés qualitativo-interpretativista.

No caso da nossa análise, o primeiro movimento metodológico se deu na descrição da imagem. Essa descrição, articulada aos enunciados verbais que também se prestam à

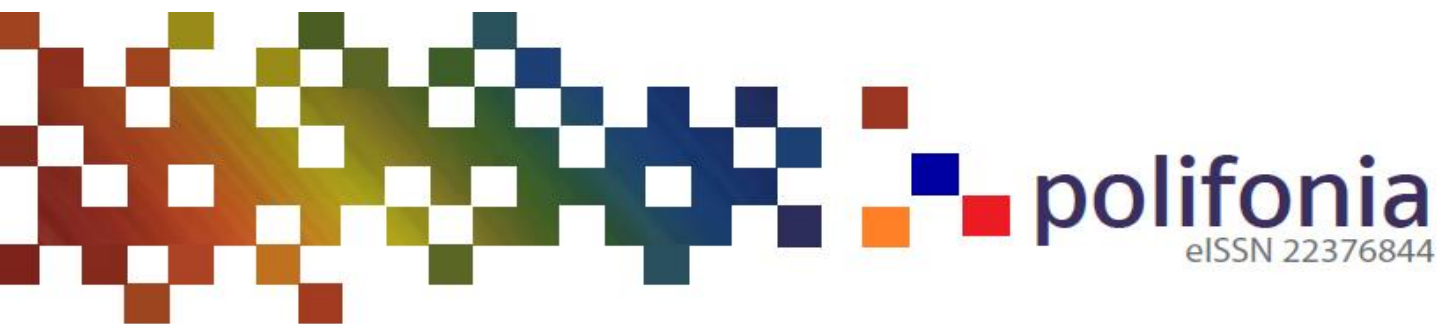


análise, é submetida ao que, na AD, é chamado de batimento, a saber, o movimento circular de análise que amarra descrição-interpretação-ampliação do corpus (FREIRE, 2021, p. 42). Nesse sentido, descrever já era analisar e analisar significava rastrear os discursos-outros que constituíram o discurso em questão.

Concomitantemente à interpretação da imagem, foram explicitadas as condições de produção nas quais os pôsteres foram produzidos e, numa etapa seguinte, a partir da análise da materialidade, identificamos os discursos que sustentam e constituem o discurso-fonte. Por meio do procedimento do recorte de sequências discursivas do *corpus*, sejam verbais ou pictóricas, estabelecemos relações interdiscursivas entre o discurso-fonte e os discursos que se encontravam articulados sob a forma do encaixe semântico ou do discurso transversal. Por fim, analisamos os possíveis efeitos de sentido, resultantes dessas relações, sobre a imagem de Hitler.

### 3. Análise

A chegada do NSDAP ao poder se deu em 1933 e, desde então, o processo de nazificação dos meios de comunicação, da cultura e educação foi desencadeado, de maneira que a propaganda se utilizava desses canais para, não apenas difundir, mas também persuadir o povo alemão a aderir, sem restrições, à ideologia nazista. Desse modo, a propaganda serviu, sobremaneira, à difusão de dois mitos: o *Führer* (líder) e a *Volksgemeinschaft* (Comunidade do Povo). Em ambos, se encontra implicado o projeto ultranacionalista e antiliberal, tal como pensado pelo NSDAP ao longo da sua militância política, que supervalorizava a ação coletiva em detrimento da ação individual. Esses dois mitos serão representados em muitos dos cartazes produzidos por Goebbels à frente do Ministério da Propaganda e do Esclarecimento. Esses cartazes reforçavam a ideia de uma comunidade nacional submissa à vontade de um único líder. Segundo Luckert; Barach (2011, p. 75, Tradução do autor), “a saudação ‘Heil Hitler’, tornada obrigatória para os



membros do partido em 1926, agora era exigida de todos os alemães.”<sup>1</sup> Os pôsteres que visam enaltecer a figura do *Führer*, representante da unidade e coesão ideológica do partido, tanto podem trazer a imagem de Hitler e enunciados que reforçam o culto ao líder, como podem apenas mencioná-lo a fim de exaltar suas ações.

O primeiro pôster sobre Hitler (doravante, PH1) foi publicado em 1933 e circulou num contexto político de tomada de poder pelo NSDAP e ascensão de Hitler ao posto de chanceler do governo alemão (*Bundeschancellor*). Hitler ainda não havia assumido o poder total na Alemanha, o parlamento (*Reichstag*) ainda não havia sido dissolvido e os parlamentares ainda podiam decidir sobre as medidas apresentadas, de maneira que essa campanha visava conquistar o voto dos parlamentares para uma medida – apresentada por Hitler em 23 de março de 1933 – que “permitiria ao chanceler do Reich preparar leis que se afastavam da Constituição sem aprovação do Reichstag em si, da câmara legislativa superior representando os estados federados e sem considerar o presidente” (EVANS, 2016, p. 428). Para aprovar aquela que ficou conhecida como Lei Plenipotenciária, os nazistas precisavam levar a proposta à votação e garantir que fosse aprovada, uma vez que 94 dos 120 social-democratas eleitos ainda estavam aptos a votar e Hitler tinha por certo que não conseguiria o apoio dos social-democratas. Mesmo após uma manobra ilegal, encabeçada por Hermann Göring, que reduzia o quórum estabelecido na República de Weimar de 432 para 378, Hitler ainda precisava dos votos do Partido de Centro para aprovar a medida (EVANS, 2016, p. 429). Uma vez aprovada a Lei Plenipotenciária, Hitler poderia dar um passo importante em direção ao poder total.

---

<sup>1</sup> The ‘Heil Hitler’ greeting, made compulsory for party members in 1926, was now demanded of all Germans.

PH-1



Fonte: <https://collections.ushmm.org>

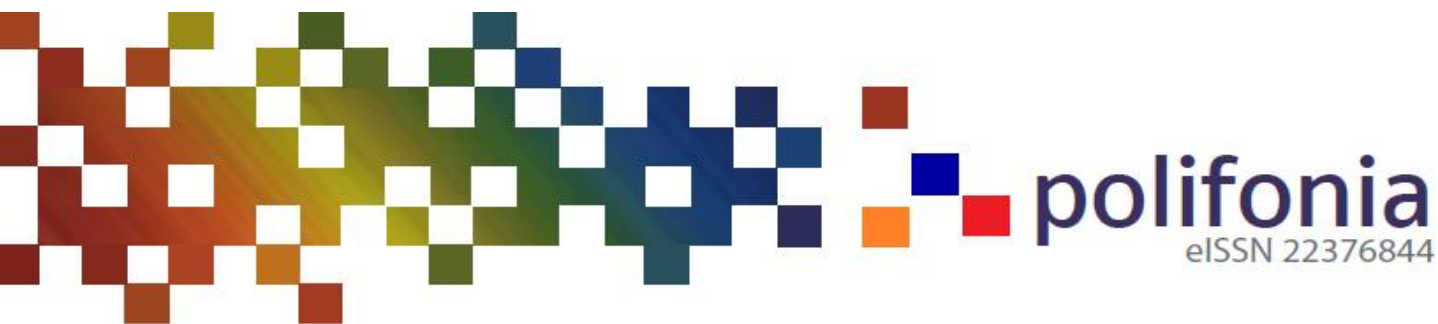
No topo de PH – 1, são colocadas duas fotografias, apenas de rosto, de Adolf Hitler (à direita) e do presidente Paul von Hindenburg (à esquerda) e, logo abaixo, o trecho de um poema em vermelho e o número no qual os eleitores deveriam votar (1). Na parte inferior do pôster, uma referência (Nacional-Socialistas) ao Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP).

A primeira articulação, sob a forma de um pré-construído, que identificamos, se refere aos dois versos de uma poesia do poeta patriótico alemão Gottlob Ferdinand Maximilian Gottfried von Schenkendorf (Tradução do autor):

*Recorte 1*

SD1: O Reich nunca será destruído





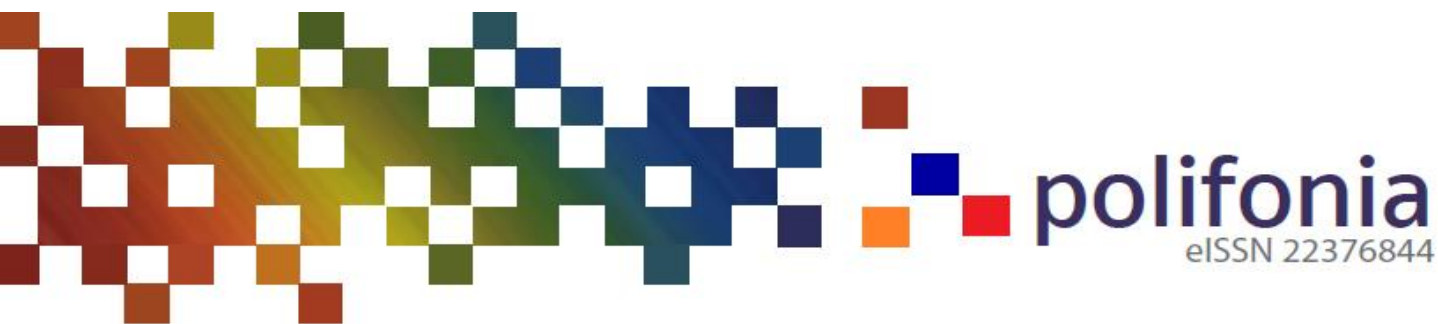
Se sois unidos e fieis.<sup>2</sup>

Nesse processo que articula o dito ao já-dito, ocorre uma retomada na qual elementos verbais são encaixados na sintaxe do pôster, e um processo de repetibilidade (INDURSKI, 2011, p. 68) se dá a partir da inscrição do sujeito na FD enquanto “espaço de reformulação-paráfrase onde se constitui a ilusão necessária de uma ‘intersubjetividade falante’” (PÊCHEUX, [1975] 2014a, 161). Essa articulação entre o discurso do sujeito e o discurso-outro incide sobre a formulação do discurso, ou seja, na dimensão do acontecimento discursivo no qual o sujeito articula manifestamente seu dizer (ORLANDI, 2001b, p. 10). Esses versos, assim articulados ao discurso do sujeito, têm repercussões sobre o processo de significação, de maneira que efeitos de sentido são produzidos e passam a circular entre os sujeitos-leitores.

Os versos aparecem destacados em vermelho, assumindo o primeiro plano do pôster, de modo que esse destaque aponta para a importância de um enunciado que conclama o povo alemão à união e à fidelidade ao *Reich*, ou seja, ao império que, no imaginário dos membros do partido, foi glorioso sob o governo dos *Kaisers* (imperadores) num passado imperialista que teve início em 1871 com a figura de Guilherme I (*Wilhelm I*) e Otto von Bismarck. Sobre esse culto ao passado, Evans (2016, p. 40) comenta:

É errado começar com Bismarck? Em vários níveis, ele foi uma figura-chave no advento do Terceiro Reich. Por um lado, o culto a sua memória nos anos seguintes à sua morte encorajou muitos alemães a ansiarem pela volta da liderança forte que seu nome representava. Por outro, suas ações e políticas da metade para o final do século XIX ajudaram a criar um legado ominoso para o futuro alemão. Não obstante, ele era uma figura complexa e contraditória em muitos sentidos, tanto europeu quanto alemão, tanto moderno quanto liberal. Nisso também seu exemplo apontou para o emaranhado entre o velho e o novo que era tão característico do Terceiro Reich. Vale a pena recordar que apenas cinquenta anos separaram a fundação do império alemão de Bismarck em 1871 dos triunfos eleitorais dos nazistas em 1930-32. Que havia uma conexão entre os dois parece impossível negar. É aqui, e não nas remotas culturas religiosas e nos estados hierárquicos da Reforma ou do “despotismo esclarecido” do século XVIII que encontramos o primeiro momento real da história alemã

<sup>2</sup> Nimmer wird das Reich zerstört/ Wenn ihr einig sind und true

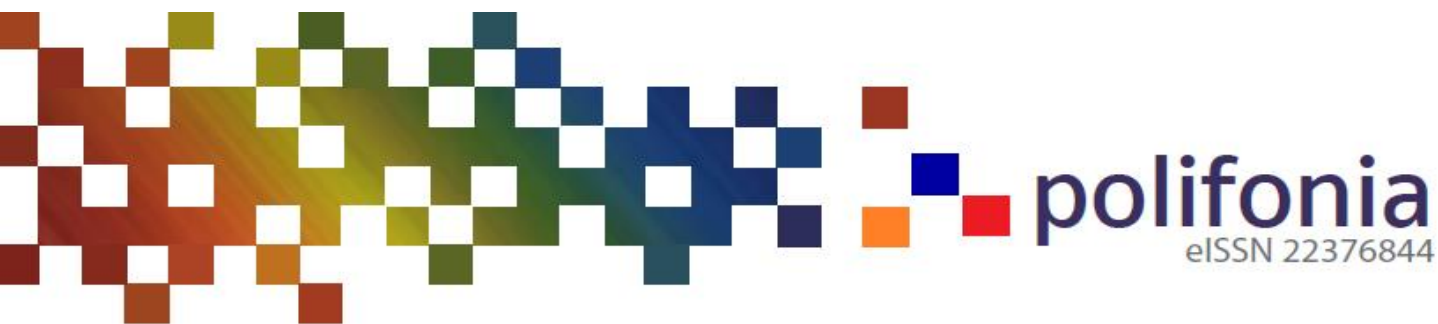


possível de se relacionar diretamente ao advento do Terceiro Reich em 1933 (EVANS, 2016, p. 40).

Com base nesses aspectos históricos, o gesto de leitura que se faz desse pôster tem a ver com a atualização desse discurso-outro no discurso do sujeito que enuncia em PH-1. Ao citar os versos do poeta nacionalista, o sujeito agita a rede de memória (ORLANDI, 2001a, p. 32) e atualiza sentidos sobre o passado militar, romântico e idealizado da Alemanha. Não são apenas as palavras dos versos, considerados, *ipsis litteris*, que produzem esse efeito de memória, mas também aquilo que se encontra fora do enunciado, ou seja, a imagem do poeta que lutou bravamente numa guerra civil (guerras de unificação), identificado com o movimento romântico que tinha, como uma de suas características, o nacionalismo, além de rejeitar o excesso de racionalidade inaugurado pelo Iluminismo francês. Assim, todos esses sentidos sobre a organização militar, amor e fidelidade à Pátria e heroísmo nacional sustentam esse discurso e produzem efeitos de sentido como aqueles que apontam para o compromisso com a nação e a disposição ao sacrifício. Essa análise vai em direção ao que afirma Orlandi (2001a, p. 32): [...] há uma relação entre o já-dito e o que se está dizendo que é a que existe entre o interdiscurso e o intradiscurso ou, entre outras palavras, entre a constituição do sentido e sua formulação”. Essa articulação que o sujeito produz entre seu discurso e o discurso literário dos tempos do império também permite pensar que, nem Hitler nem os nazistas, produziram, do interior do movimento, ideias inéditas e, do mesmo modo, não dispunham de uma inteligência privilegiada, mas se apropriaram do já existente, de maneira que “o nacional-socialismo teve sucesso como movimento de massa precisamente porque foi capaz de transformar mitos e símbolos, há muito acalentados, em seus próprios propósitos” (MOSSE, 1981, p. 8. Tradução do autor).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Cf. o trecho original: National Socialism was successful as a mass movement precisely because it was able to turn long-cherished myths and symbols to its own purposes.



Outra reflexão que essa articulação entre os discursos permite fazer é que, no trajeto dos sentidos que sustentam o discurso de PH-1, encontra-se uma injunção a legitimar o dito que se realiza por meio do uso que se faz da literatura. Desse modo, um outro discurso, tão ideológico quanto aquele de PH-1, qual seja, o discurso literário, é mobilizado para produzir um efeito de verdade a fim de fazer com que o leitor o leve a sério e adira à medida, proposta por Hitler, por meio do voto. Ao encaixar o discurso da literatura, reconhecidamente uma instância de poder que seleciona e segrega ao opor aqueles que pertencem às elites e, por isso, têm acesso à cultura livresca, àqueles que estão à margem da cultura letrada, o sujeito que enuncia em PH-1 busca, no momento da formulação do discurso, o respeito e a credibilidade daqueles a quem o pôster se dirige. Vale lembrar que o pôster não é colocado em circulação a fim de atingir a grande massa, mas apenas aqueles que pertencem à uma classe privilegiada, na política e sociedade alemã, que é o parlamento. Identificado com o Sujeito (a nação, a pátria), o sujeito do discurso conclama os parlamentares a também se identificarem com essa forma-sujeito do discurso porque, se são fieis à pátria e desejam que essa pátria volte a se desenvolver até alcançar o *status* que possuía no passado, hão de se unir a Hitler e, por conseguinte, àquela parcela do povo alemão que confia no *Führer* e no partido nazista. Nesse sentido, o sujeito do discurso quer parecer não apenas sério, mas também identificado com a nação e a agenda de mudanças políticas que o NSDAP visualiza.

Esse efeito de sentido que denota seriedade por meio da austeridade e da compostura, o sujeito procura construir trazendo para o pôster duas fotografias que recortam apenas os rostos do presidente da Alemanha, Paul von Hindenburg, e de Adolph Hitler que se encontrava, naquele início de 1933, na condição de chanceler. Essas fotografias se encontram por trás dos versos de von Schenkendorf, sobre um fundo preto e acima da inscrição *Nationalsozialisten* (nacional-socialistas) que aparece em branco. Mas as fotografias, que foram recortadas, não visam apenas a legitimação do discurso que se quer ver levado a sério, mas também, acionar – na memória do leitor – o passado militar



e nacionalista alemão. O presidente da República de Weimar, Paul von Hindenburg, foi um militar que comandou o Exército Imperial alemão durante a Primeira Guerra Mundial, herdeiro da herança militar deixada por uma ascendência feita de militares, como o imperador da Prússia e, depois, imperador do Império Alemão Unificado, Guilherme I, o chefe do governo Otto von Bismarck – também conhecido como o *chanceler de ferro* -, e do também imperador e militar, Guilherme II. Assim como os versos do poema de von Schenkendorf, a fotografia do presidente von Hindenburg também mobiliza uma rede de formulações e sentidos sobre o passado mítico alemão, bem como princípios de lealdade, sacrifício e patriotismo que sustentam a produção discursiva e trabalham “as relações de força (exteriores à situação do discurso)” (PÊCHEUX, 2019, p. 44) entre instâncias de poder (presidente e chanceler) e o parlamento.

*Recorte 2:*

SD2: *Kaiser* Guilherme I



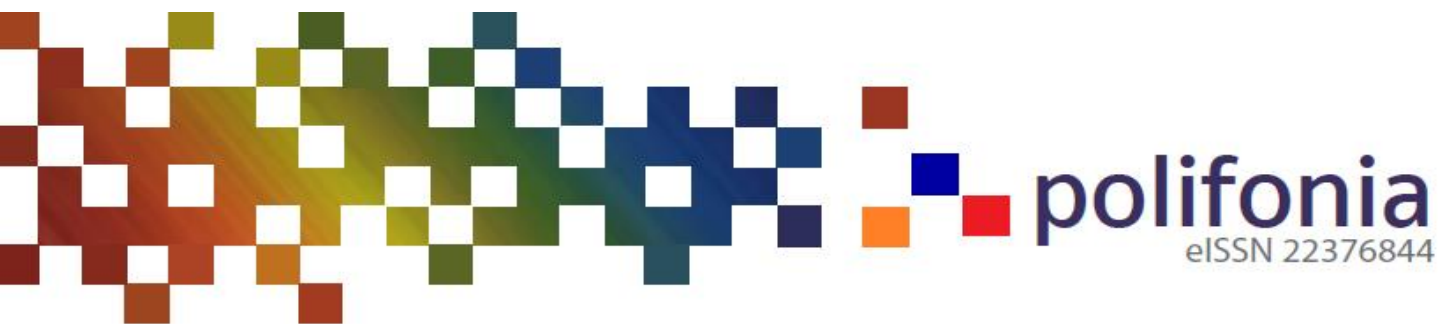
Fonte: [www.kinderzeitmaschine.de](http://www.kinderzeitmaschine.de)

SD3: *Kaiser* Guilherme II



Fonte: <https://kaiserreich.fandom.com>

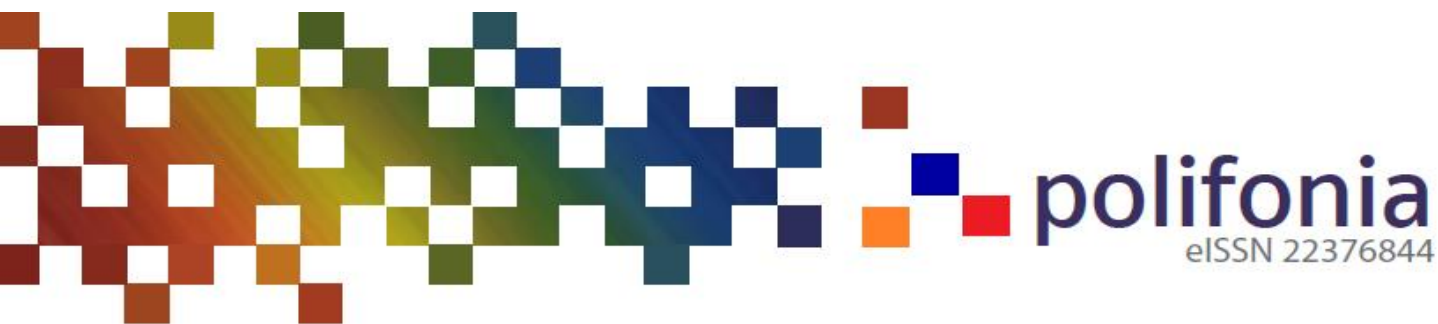
A fotografia de von Hindenburg ao lado da de Hitler compo as condições de produção do discurso em PH -1 trabalha sobre sentidos estabilizados sobre o passado



imperial alemão, de maneira que retoma esses sentidos que podem ser inferidos a partir das fotografias dos *kaisers* nas figuras 1 e 2. Estabilidade, tradição e expansão imperialista são sentidos que podem ser lidos nessas figuras (SD2 e SD3), de modo que a fotografia do presidente da Alemanha, que também faz parte de uma linhagem de militares, produz um efeito de regularização de sentidos que são retomados no discurso do sujeito que enuncia em PH -1 porque “o contorno de uma FD é fundamentalmente instável, pois não há limites rígidos a separar os elementos internos de seu saber daqueles que lhe são exteriores” (INDURSKI, 2013, p. 45). Desse modo, crenças, saberes e hábitos sobre o período imperialista alemão atravessam, sob a forma do pré-construído, e sustentam o discurso em questão que se estrutura articulando o eixo da formulação ao eixo da historicidade, “o saber discursivo que se foi constituindo ao longo da história e foi produzindo dizeres, a memória que tornou possível esse dizer para esses sujeitos num determinado momento e que representa o eixo da sua constituição (interdiscurso) (ORLANDI, 2001b, p. 33).

Assim, a foto do presidente von Hindenburg não só denota apoio a Hitler, mas produz efeitos de sentido tais como honra, tradição, patriotismo, nacionalismo e espírito de abnegação para construir uma Alemanha forte e capaz de garantir a sobrevivência do povo (*Volk*), seus costumes, folclore, enfim, sua cultura. A fotografia que faz parte do próximo recorte e que retrata a cerimônia de posse do recém eleito *Reichstag*, planejada por Goebbels nos mínimos detalhes para servir de propaganda à ideia de unidade do velho *Reich* com o novo (EVANS, 2016, p. 427) aponta tanto para a manutenção do passado militar violento e imperialista alemão, como para a ruptura com os valores e a política da social-democracia da República de Weimar, ambos desprezados pelos nazistas.

*Recorte 3*

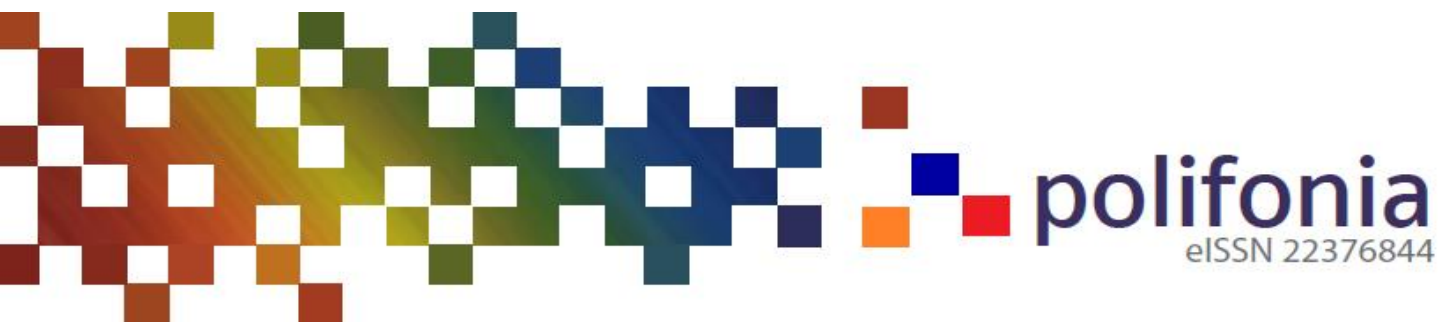


SD4: Hitler cumprimenta von Hindenburg



Fonte: <https://encyclopedia.ushmm.org>

A Alemanha Imperial (1871-1914) buscava a unificação dos seus territórios, bem como a unidade do seu povo que seria possível mediante a união de todos os alemães, condição apresentada nos versos que aparecem no pôster pelo poeta e também militar, Max von Schenkendorf, para que o *Reich* não seja destruído. As mãos dadas e a cabeça curvada de Hitler (SD4) diante de Paul von Hindenburg durante a posse do cargo de chanceler da República de Weimar, também reforçam o sentido de unidade/união na construção de uma Alemanha orgulhosa do seu passado e disposta a superar a grave crise econômico-política que o país atravessava desde que a Primeira Grande Guerra terminou e se instalou a República de Weimar que resultou da revolução de 1918. Nessas condições de produção, a fotografia produz um discurso que se encaminha tanto pelo sentido de ruptura com a República de Weimar e o regime democrático, como pelo de unidade entre o futuro que se abre para a Alemanha naquele momento e o passado imperialista. Assim, o discurso produzido na SD4 é retomado em PH – 1, de modo a produzir os mesmos efeitos de sentido: ruptura e unidade. Nesse caso, o acontecimento é absorvido pela memória (PÊCHEUX, 2015, P. 46) e uma regularização dos sentidos no discurso-fonte

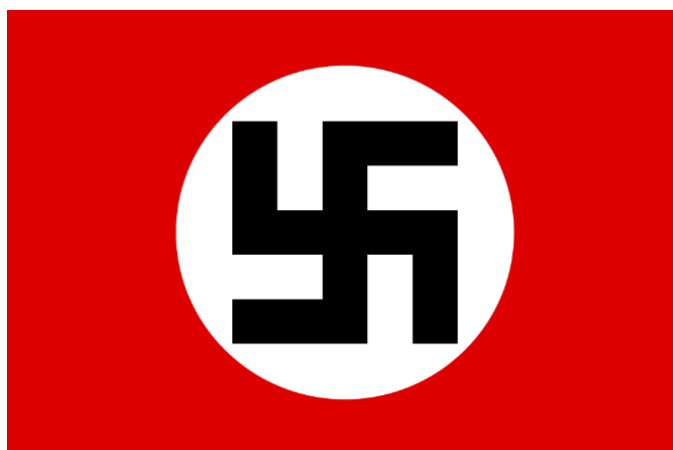


(PH -1) é garantida pela remissão aos sentidos produzidos na SD4, de modo que é possível “escutar” ecos do discurso-outro no discurso em questão.

Essa valorização do passado imperialista, da Pátria, das tradições, bem como do sentimento nacionalista que une sangue e solo, também é atualizada nas cores que compõem o pôster: vermelha, branca e preta.

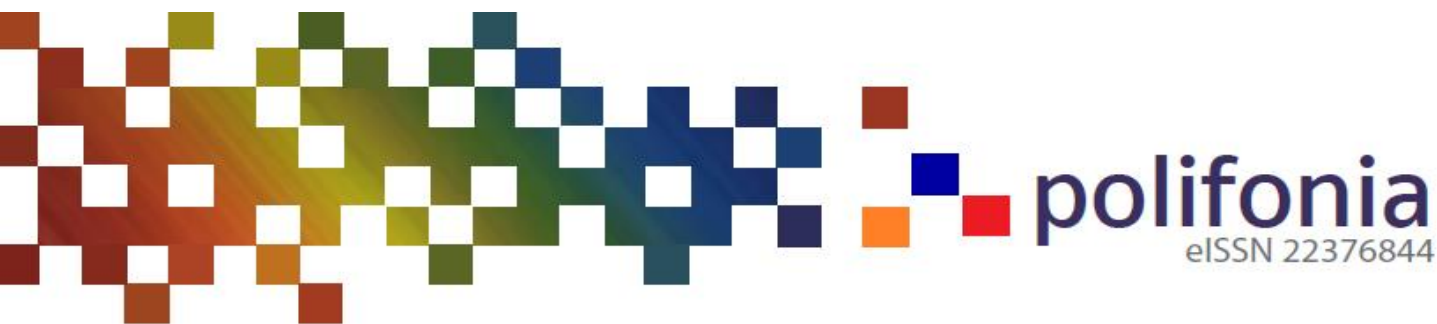
*Recorte 4:*

SD5: bandeira do partido NSDAP



Fonte: Wikimedia.org

No funcionamento de um discurso que envolve enunciados verbais e não verbais, as cores também significam, de maneira que podem vir a ser recortadas de uma sequência e submetidas à análise. No caso de PH-1, as cores utilizadas correspondem às cores da bandeira do partido, de modo que o sujeito pode dispensar a inserção da bandeira, propriamente dita, na composição do pôster. O desenho da bandeira nazista e a escolha das cores, que correspondem às cores da bandeira da Alemanha Imperial, ficaram por conta de Hitler que tinha talento para o desenho. É nesses termos que Hitler (2016, p. 1251. Tradução do autor) narra o processo de criação da bandeira do partido naqueles anos iniciais do movimento:



Preto, branco e vermelho, pelo menos na mesma disposição antiga, também não foi discutido. Quanto ao efeito, esta última composição de cores leva a palma sobre todas as outras, realizando a mais brilhante harmonia. Eu mesmo sempre fui um advogado da conservação das cores antigas, não só por venerá-las como uma relíquia, na minha qualidade de soldado, como, também, pelo efeito estético que elas exercem e que é mais conforme ao meu gosto. Apesar disso, fui obrigado a recusar, sem exceção, os inúmeros esboços que saíam, naquele tempo, dos círculos do movimento incipiente, e que, na maior parte, tinham introduzido a cruz suástica na antiga bandeira. Como líder, eu mesmo não queria aparecer logo em público com o meu próprio projeto porque era possível que alguém tivesse a ideia de outro igual, ou mesmo melhor, do que o meu. Com efeito, um dentista de Starnberg produziu um desenho bem regular e muito parecido com o meu, com o único defeito de trazer a cruz suástica com ganchos curvos<sup>4</sup> (HITLER, 2016, p. 1251).

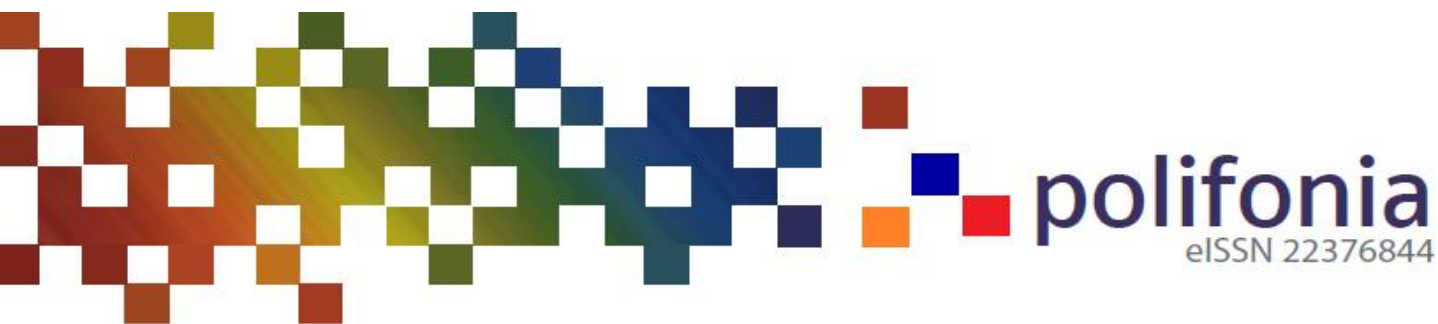
No gesto de seleção da cruz suástica para compor a bandeira – símbolo que historicamente e, em diferentes culturas (celta, grega, hindu, budista etc) ganhou sentidos que se estabilizaram (prosperidade, vitória, sorte etc) –, temos um movimento nos sentidos que apontam para o passado nacionalista alemão e o mito da superioridade racial que foi exaustivamente usado por movimentos nacionalistas (*völkisch*) nascidos no século XIX. Essa relação entre o movimento *völkisch* e o nacional-socialismo é assim descrita por Stanley (2018, p. 19-20):

[...] o movimento nacional-socialista surgiu do movimento *Völkisch* (de folclore, popular) alemão, cujos defensores buscavam um retorno às tradições de um mítico passado medieval alemão. Embora Adolf Hitler estivesse mais obcecado com certa visão da Grécia antiga como modelo para seu Reich, líderes nazistas como Alfred Rosenberg e Heinrich Himmler, este um dos

---

<sup>4</sup> Cf. o trecho original: Auch Schwarz-Weiß-Rot nicht, aus bereits erwähnten Gründen, jedenfalls nicht in der bisherigen Fassung. In der Wirkung steht diese Farbenzusammenstellung allerdings hoch über alle andere erhalben. Es ist der strahlendste Akkord, den es gibt. Ich selbst trat immer für die Beibehaltung der alten Farben ein, nicht nur weil sie mir als Soldat das Heiligste sind, das ich kenne, sondern weil sie auch in ihrer ästhetischen Wirkung meinem Gefühl weitaus am meisten entsprechen. Dennoch mußte ich die zahllosen Entwürfe, die damals aus den Kreisen der jungen Bewegung eiliefen, und die meistens da Hakenkreuz in die alte Fahne hineingezeichnet hatten, ausnahmslos ablehnen. Ich selbst – als Führer – wollte nicht sofort mit meinem eigenen Entwurf an die Öffentlichkeit treten, da es ja möglich war, daß ein anderer einen ebenso guten oder vielleicht auch besseren bringen würde. Tatsächlich hat ein Zahnarzt aus Starnberg auch einen gar nicht schlechten Entwurf geliefert, der übrigens dem meinen ziemlich nahekam, nur den einen Fehler hatte, daß das Hakenkreuz mit gebogenen Haken in eine weiße Scheibe hineinkomponiert war.





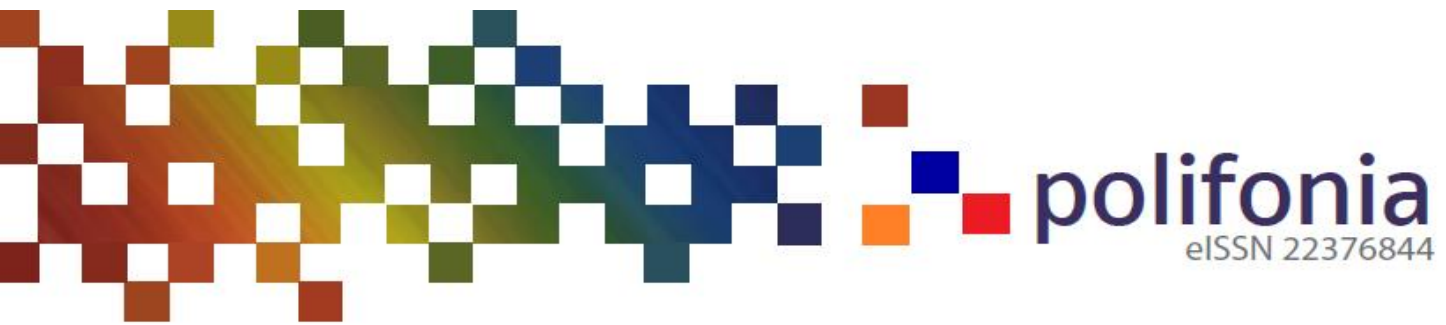
membros mais poderosos do regime, eram fervorosos admiradores e promotores do pensamento *völkisch* (STANLEY, 2018, p. 19-20).

A imagem que se desenha do sujeito que enuncia em PH-1 é a de um sujeito que valoriza cultura e passado germânicos, – tanto medieval quanto imperial – e que, por sua vez, retoma sentidos de um passado glorioso que se busca reconstruir no presente por meio da implementação da política racial nazista. Na remissão à bandeira do partido nazista (SD5), por meio do uso das cores dessa bandeira na composição do pôster, o sujeito incorpora, num nível parafrástico, uma série de sentidos (PÊCHEUX, 2015, p. 46) que já estão postos e os faz trabalhar no interior do discurso que produz. Embora o sujeito enuncie como se estivesse produzindo um discurso inédito e como se aquilo que diz só pudesse ser dito daquela maneira, “a produção do sentido é estritamente indissociável da relação de paráfrase entre sequências tais que a família parafrástica destas sequências constitui o que se poderia chamar de ‘matriz de sentido’” (PÊCHEUX, 2014b, p. 166-167). Assim, ao referir-se à bandeira do NSDAP, o sujeito não só faz ecoar sentidos acerca do passado mítico alemão, mas também aqueles que vão mais além na história e dizem de uma origem racial superior.

Mas esses sentidos que colocam os povos germânicos num lugar de destaque na linha de desenvolvimento espiritual da humanidade não vêm apenas do passado medieval e imperial, mas também da cultura grega que, conforme Stanley (2018), é mobilizada na construção de um ideal de homem/mulher nórdicos que se quer alcançar como condição de possibilidade do “nascimento” do homem e mulher novos na Alemanha sob a condução do *Führer*. Essa exaltação das raízes gregas dos povos nórdicos que são descritos como loiros e criadores, inventivos e inteligentes, fica clara nessa descrição de Rosenberg, ideólogo do partido.

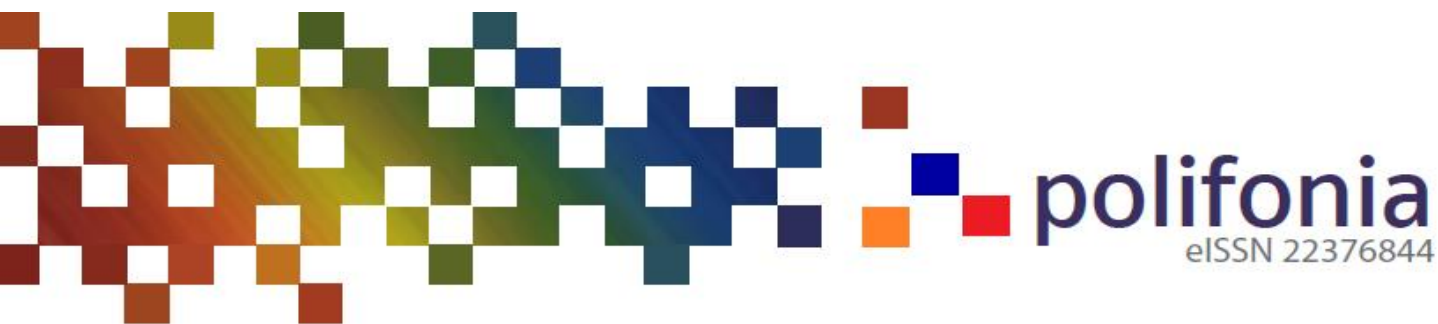
#### *Recorte 5*

SD6: Da maneira mais bela foi sonhado o sonho da humanidade nórdica na *Hélade*. Onda após onda vem do vale do Danúbio e cobre com criatividade nova a população primigênia.



Imigrantes anteriores arianos e não-arianos. Já a cultura micênica antiga dos aqueus está determinada predominantemente pela raça nórdica. Troncos dóricos posteriores invadiram de novo as fortalezas dos aborígenes de raça estranha, escravizaram as raças subjugadas e romperam o domínio do lendário rei fenício-semítico Minos, que até então, com sua frota de piratas, comandava o território que mais tarde veio a se chamar Grécia. Como senhores e guerreiros rudes, os troncos helênicos acabaram com a degenerada forma de vida do mercantilismo pró-asiático, e com os braços dos subjugados um espírito criador sem igual criou lendas em pedra e buscou o ócio pela força para compor e cantar relatos heroicos eternos. Uma constituição genuinamente aristocrática impediu a mistura do sangue. As forças nórdicas que diminuía pelos combates foram reforçadas por novas imigrações. Os dórios, depois os macedônios, protegiam o sangue loiro criador. Até que também esses troncos se esgotaram e a superioridade múltipla das forças do elemento pró-asiático se infiltrou por milhares de canais, envenenou a *Hélade* e no lugar do grego engendrou o posterior levantino debilitado, que com os gregos só têm o nome em comum. Para sempre o heleno abandonou a Terra, e unicamente as inanimadas imagens de pedra e apenas alguns poucos ainda dão testemunho daquela esplêndida alma racial que uma vez criou Palas Atenas e Apolo (ROSENBERG, 2021, p. 60-61).

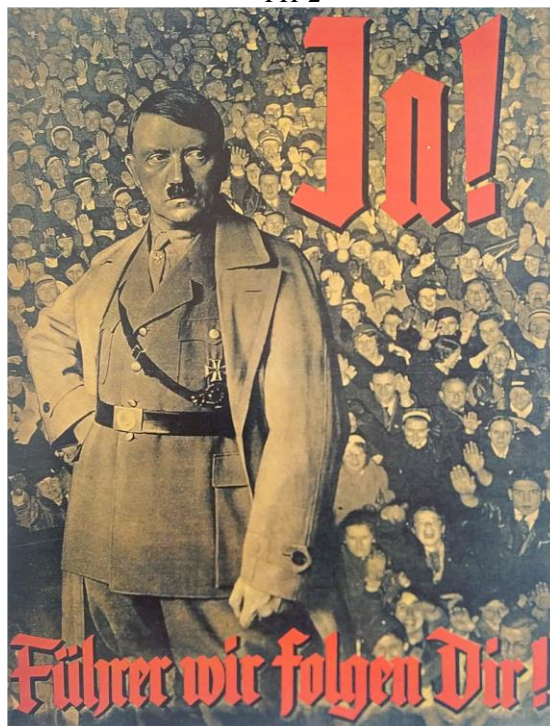
O processo discursivo que se desenvolve em PH-1 tem os seus fios entrelaçados nos fios daqueles discursos que constituíram um passado no qual o sujeito investe toda sua fantasia porque o imagina racialmente puro e criativo, mas também marcado pela degeneração após a entrada do elemento racial estranho, inferior e debilitante (SD6). A suástica, colocada no centro da bandeira, é o elemento discursivo que vai, sobremaneira, entrelaçar esses discursos, uma vez que a suástica tem uma relação com o secular Sol Negro (*Schwarze Sonne*). Esse antigo símbolo germânico vai aparecer na farda das SS (*Schutztaffel*), organização, a princípio, paramilitar ligada ao NSDAP, mas que, mais tarde, será transformada em polícia de Estado e guarda dos campos de concentração. O Sol Negro, um símbolo místico, era usado pelos nórdicos e *vikings* na Idade de Bronze.



Usado, desde o início, como um sinal de ocultismo, o Sol Negro significava aquilo que irradia de dentro para fora ou aquilo que brota do centro da Terra.

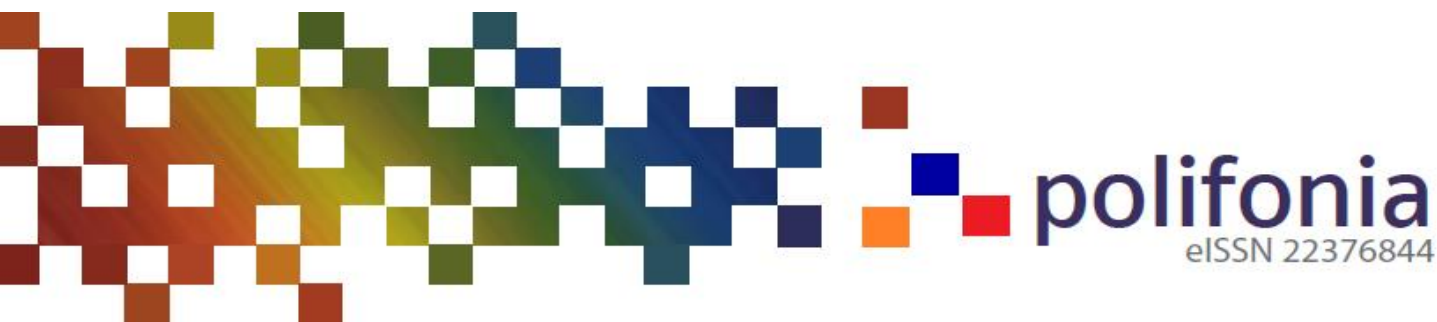
Nas relações interdiscursivas que se estabelecem entre a SD6, o Sol Negro – reproduzido, em parte, na suástica – e as cores da bandeira do partido nazista (SD5) referidas em PH – 1, temos o efeito de sentido de que a raça alemã é aquela cuja origem tem seu lugar no centro da Terra para, em seguida, irradiar sobre o orbe e iluminá-lo. Dada a primazia dessa raça e suas qualidades comprovadas na história, segundo a concepção dos nazistas, um outro sentido se impõe com a chegada do Terceiro Reich, aquele de superioridade racial.

PH-2



Fonte: Wunderlich (2021)

O segundo pôster, publicado em 1934, encoraja a opinião pública a apoiar Hitler em seu projeto de usurpação do poder após a morte do presidente Paul von Hindenburg.



O pôster traz uma fotografia de Hitler, que é saudado pelo povo, bem como um texto que expressa o apoio dos alemães à ascensão do chanceler à posição de único líder do povo alemão. Desde que foi nomeado chanceler em janeiro de 1933, Hitler começou a lançar os fundamentos para o domínio do estado nazista por meio da assinatura de um decreto que suspendia tanto direitos individuais como o devido processo legal. Em março de 1933, Hitler conseguiu aprovar a Lei Habilitante (*Ermächtigungsgesetz*) que permitia que ele criasse e sancionasse a legislação sem a devida consulta e aprovação dos parlamentares (EVANS, 2016, p. 448). A fim de eliminar a oposição, Hitler e os nazistas aboliram os sindicatos, eliminaram partidos políticos e substituíram membros do funcionalismo público por pessoas que julgavam de confiança e apoiavam o NSDAP. Sob ordens de Hitler, a SS (*Schutzstaffel*) e a Gestapo perseguem e assassinam os inimigos políticos que pertenciam ao partido, bem como inimigos externos numa ação que ficou conhecida como a Noite das Facas Longas. Nesse mesmo ano, no dia 2 de agosto, morre o presidente von Hindenburg, último empecilho à escalada de Hitler e do partido nazista ao domínio total da Alemanha. Em seguida, Hitler ordena que o governo opere uma fusão entre as funções de chanceler e presidente. A fim de legitimar essa operação, os nazistas fazem um plebiscito no dia 19 de agosto acompanhado de uma poderosa propaganda política. Eles conseguem que 89% dos eleitores apoiem a medida. Desde então, as funções de presidente e chanceler deixaram de existir, de maneira que o povo alemão deveria seguir e obedecer apenas ao *Führer*.

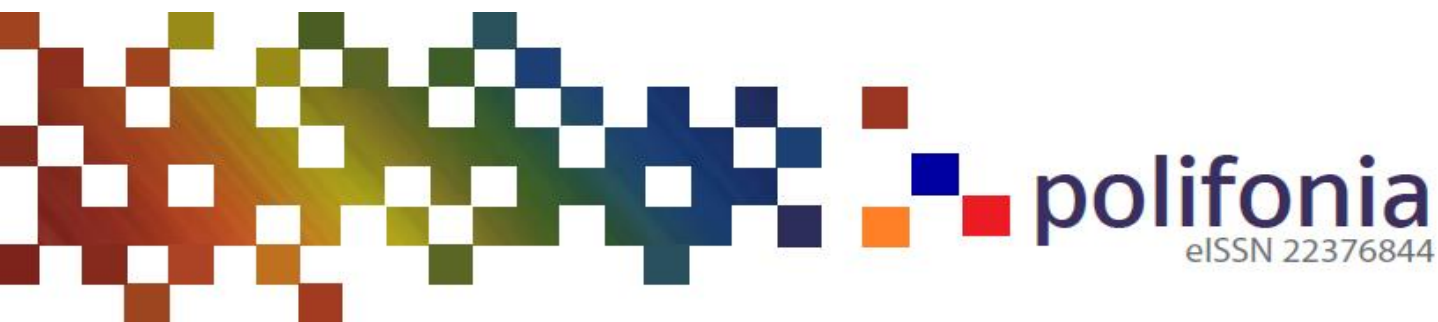
Os enunciados verbais do pôster, que também aparecem na cor vermelha (mais uma vez se referindo a uma das cores da bandeira do NSDAP), são colocados no topo (*Ja!*)<sup>5</sup> e na parte inferior da página (*Führer wir folgen dir!*).<sup>6</sup>

O sujeito que enuncia *Ja!* a partir de um aparelho ideológico como o Ministério da Propaganda do *Reich* o faz em condições de produção que são aquelas próprias a um

---

<sup>5</sup> Sim! (tradução livre).

<sup>6</sup> Líder, nós te seguimos (tradução livre).



plebiscito. Nesse plebiscito, fez-se uma consulta ao povo para saber se apoiavam a fusão das funções de chanceler e presidente, de maneira que o povo alemão teria, a partir de então, não mais um chanceler e um presidente, mas apenas o *Führer*.<sup>7</sup>

A partícula *Ja* tanto pode significar *sim* como *vote* e é reiteradamente encontrada em pôsteres anteriores a esse pôster do plebiscito de 1934, como em pôsteres posteriores a esse evento político, de maneira que se tratava de uma prática no interior do partido. A interjeição *Ja!* também funciona como um discurso-outro que produz efeitos de sentido ao ser articulado ao discurso produzido em PH – 2. Para pensarmos o efeito de sentido que a interjeição produz, quando retomada em PH – 2, faz-se necessário analisarmos primeiramente o regime de enunciabilidade, no interior do Terceiro Reich, do qual a interjeição participa a partir da consideração de outros pôsteres que foram produzidos para convocar a população alemã à participação em plebiscitos.

*Recorte 1:*

SD1: pôster político para plebiscito



Fonte: <https://collections.ushmm.org/>

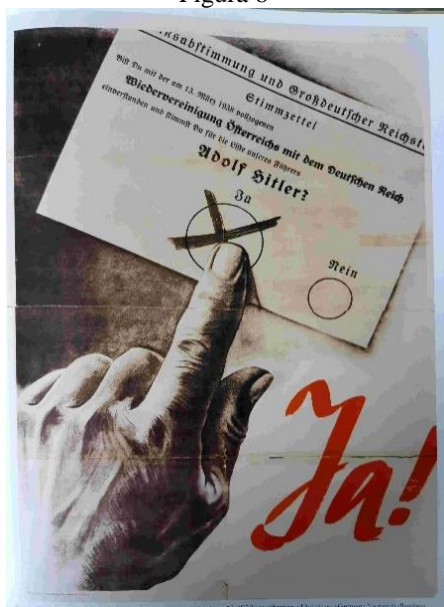
Nesse primeiro recorte que fazemos dos pôsteres políticos produzidos nos primeiros anos do Terceiro Reich, temos um pôster que serviu de publicidade a um

<sup>7</sup> Líder (tradução livre).



plebiscito que aconteceu antes de 1934. Nesse pôster, identificamos a suástica, as cores da bandeira do NSDAP e os enunciados: “*Sim*”<sup>8</sup> e *Com Adolf Hitler pela paz e igualdade de direitos.*<sup>9</sup> Como em PH – 2, *Ja* também significa *vote no sim (ja)*, posto que as cédulas em papel traziam apenas as opções *Ja* (sim) e *Nein* (não). Isso pode ser verificado na figura 8 que diz respeito a um pôster de divulgação de um plebiscito realizado em 13 de março de 1938 que perguntava ao povo alemão se estavam de acordo com a reunificação da Áustria com a Alemanha. Mais uma vez, a resposta deveria ser *sim*, conforme indicado no pôster. Em 10 de abril de 1938, outro plebiscito acerca da anexação da Áustria ao Reich alemão foi realizado e mais um pôster circulou entre o povo com o seguinte enunciado: Todo o povo diz sim em 10 de abril!<sup>10</sup>

Figura 8



Fonte: Luckert; Bachrach (2011)

Figura 9

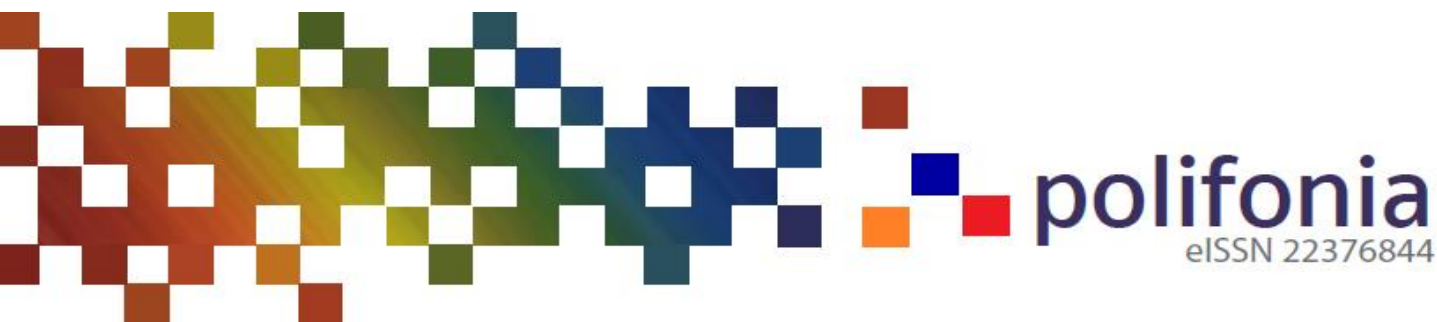


Fonte: Wunderlich (2021)

<sup>8</sup> Cf. trecho original: Ja

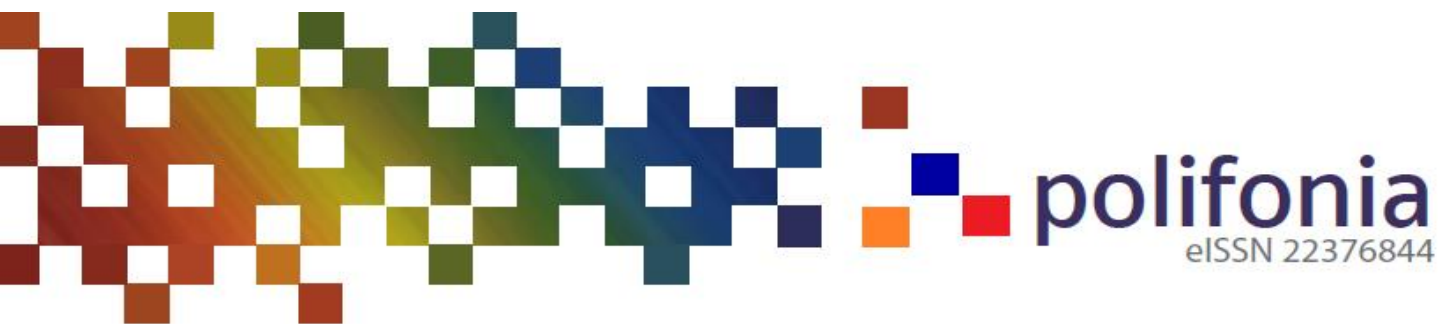
<sup>9</sup> Cf. trecho original: Mit Adolf Hitler für Gleichberechtigung und Frieden

<sup>10</sup> Cf. trecho original: Das ganze Volk sagt am Zehntes April ja!



Embora a forma-sujeito que enuncia em PH – 2 seja a mesma daquela que enuncia nas figuras 8 e 9, os sentidos da interjeição *Ja!* deslizam, de maneira que podemos ter a seguinte sequência: *escolha o sim, vote no sim, todo o povo aprova o sim*, respectivamente à SD1 e às figuras 8 e 9. Desse modo, há tanto uma injunção à opção pelo *sim* como um efeito de unanimidade, coesão e uniformidade entre aquilo que é proposto pelo governo e a vontade do povo. Isso é reforçado pelo discurso da imagem fotográfica que apresenta um grande número de pessoas fazendo a saudação nazista (*Heil, Hitler!*). Nessa direção, o sujeito antecipa essa escolha do povo, produzindo um discurso – imagem e enunciado verbal – que produz um efeito de sentido de aprovação como se o povo alemão já tivesse assentido ao desejo do líder. Esse efeito de adesão ao desejo do líder se encontra ancorado, sobretudo, no enunciado posto na base do pôster: *Líder, nós te seguimos*. Nesse enunciado, o sujeito (*nós*) não é mais aquele que ordena *vote! (Ja!)*, mas o que se identifica com o povo a quem se dirige o discurso. Ele não apenas se mostra próximo ao cidadão, mas é um deles; é um cidadão que também disse *sim* ao *Führer* e se junta ao coro daqueles que apoiam a fusão dos cargos. Se a partícula *Ja!* (*vote!*, apoie, diga sim, aprove) se dirige ao indivíduo, *Líder, nós te seguimos* se dirige à totalidade do povo alemão, de maneira que o sujeito que, por meio de um imperativo, ordena o indivíduo a votar, é também o sujeito que faz parte daqueles que seguem o *Führer* e, desse modo, estreita a distância entre aquele que ordena e aquele que é o cidadão comum instado a votar. Ao produzir um efeito de unanimidade, esse mesmo discurso constrói um efeito de silenciamento daquelas vozes que resistiam bravamente à ascensão do governo nazista, como o movimento que ficou conhecido como Resistência Alemã.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Movimentos de resistência ao Nazismo surgiram dentro e fora da Alemanha. Para conhecê-los, recomendamos o acesso ao site do Museu do Holocausto dos Estados Unidos <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/resistance-inside-germany> e a página do deutschland.de: <https://www.deutschland.de/pt-br/topic/politica/resistencia-no-terceiro-reich-nao-apanas-stauffenberg>



Assim, é pensando nesse efeito de sentido de *Ja* que significa, além de uma ordem, adesão irrestrita e unanimidade, que podemos, então, analisar a retomada que o sujeito produz no PH – 2 da produção de sentido na SD1. Embora Indurski (2011, p. 77) afirme que, “se por um lado, a repetição é responsável pela cristalização dos sentidos, por outro, também é a repetição que responde por sua movimentação/alteração”, a retomada do discurso-outro por PH – 2 não produz deslocamento nos sentidos que a interjeição *Ja* assume no interior do processo discursivo que se desenvolve em SD1. Desse modo, podemos afirmar que tanto o sentido de votar em Hitler como aquele que se refere a um modo de coesão e unanimidade do eleitorado alemão em relação à escolha por Hitler e o NSDAP, se mantêm no discurso-fonte.

Na escolha da interjeição, também se produz um efeito metafórico (ORLANDI, 2001a, p. 44) que é o uso de *Ja* em vez da forma verbal *wählen*.<sup>12</sup> Esse uso de uma palavra por outra também produz efeitos de sentido no interior do processo discursivo, posto que, além do sentido de *votar*, *Ja* reforça os sentidos de adesão, aprovação, concordância e seguimento. Não se trata apenas da ação de votar, mas de conquistar a confiança daqueles alemães que ainda resistem ou desconfiam das intenções do governo nazista. É de extrema importância, para o NSDAP, reorientar aqueles que ainda não seguem o *Führer* no sentido de aderir irrestritamente ao novo líder do *Reich* para que haja apenas um líder, um povo e uma vontade orientada para um único fim, conforme aponta uma faixa (Figura 10) colocada, em 1933, na fachada do prédio onde morava Hitler e que diz respeito às eleições no *Reichstag* que ocorreram naquele ano.

---

<sup>12</sup> Segundo o Dicionário Michaelis, *wählen* tem as seguintes acepções: 1 escolher, optar, selecionar. 2 eleger. 3 votar. 4 discar.



Figura 10



Fonte: <https://www.bundesarchiv.de>

Esse efeito de homogeneidade da vontade do povo, cujas mãos saúdam e se dirigem àquele que encarna a liderança, de modo a formar com o *Führer* um corpo do qual ele é a cabeça que pensa e decide por toda a comunidade é sustentado pela foto de Hitler que, na composição de PH - 2, assume o primeiro plano.

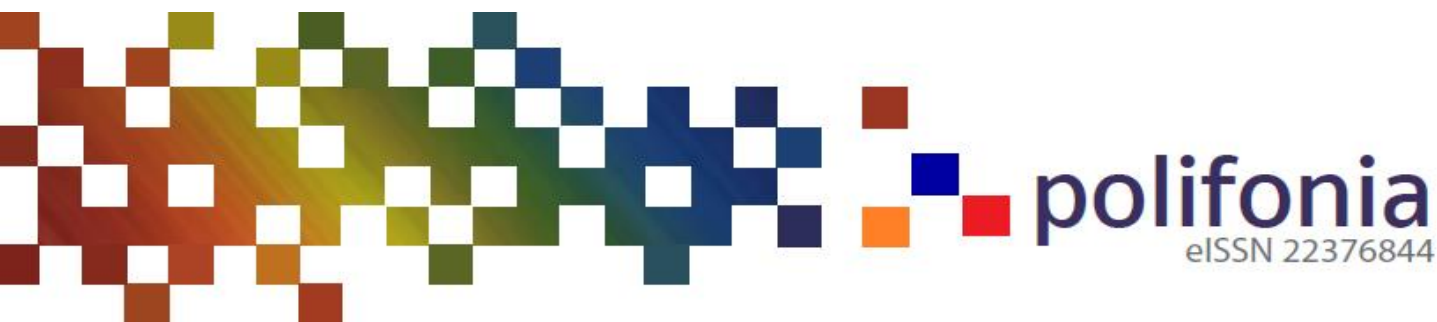
*Recorte 1:*

SD2: *Kaiser Wilhelm II*

Fonte: [www.mutualart.com](http://www.mutualart.com)

SD3: - *Kaiser Friedrich III*

Fonte: [www.lenbachhaus.de](http://www.lenbachhaus.de)



Na fotografia, o rosto sério e impassível de Adolf Hitler se harmoniza tanto com a mão fechada que se apoia na cintura, como com a outra que se encontra cerrada. Postura e indumentárias tipicamente militares sustentam um processo discursivo nos quais sentidos sobre liderança, coragem, confiança e autoridade são produzidos no batimento entre pré-construído e discursividade. Esse efeito de pré-construído, que joga com a memória e atualiza sentidos produzidos na história, põe em relação o discurso que se constitui em PH – 2 e práticas gestuais – também essas discursivas – reproduzidas no passado militar e imperial da Alemanha e que estão presentes em SD2 e SD3. A postura de Hitler, bem como a farda militar que usa na fotografia, remontam ao passado militar e imperialista alemão, cujos discursos vêm se articular (PÊCHEUX, 2014a, p. 159) ao discurso do sujeito em PH – 2.

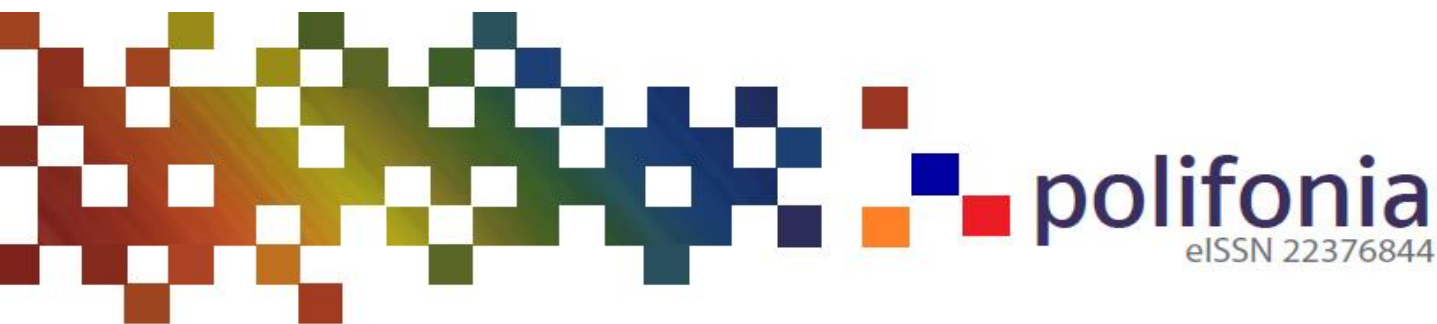
O discurso produzido em PH – 2 também se encaminha no sentido de fazer circular essa ideia de uniformidade, apoio irrestrito e subserviência da massa ao *Führer* que traz em si aqueles méritos e valores dos *Kaisers* do passado (SD2 e SD3) e dispõe de coragem para dar a própria vida em defesa do povo, do território e das tradições da antiga Alemanha, como o fizeram os antigos imperadores. É isso que é possível *escutar* nessas palavras de Hitler enunciadas em *Minha Luta* sobre a grandeza do sacrifício e o perfil do líder:

*Recorte 3:*

SD4: Somente a grandeza dos sacrifícios conquistará novos lutadores para a causa, até que a perseverança seja recompensada com o sucesso. Para isso, porém, são necessários os filhos do povo da grande massa. Só eles são suficientemente decididos e tenazes para conduzir essa luta ao seu fim sangrento<sup>13</sup> (HITLER, 2016, p. 31. Tradução do autor).

---

<sup>13</sup> Nur die große der Opfer wird neue Kämpfer der Sache gewinnen, bis endlich der Beharrlichkeit der Lohn des Erfolges wird. Dazu aber braucht man die Kinder des Volkes aus den breiten Massen. Sie allein sind entschlossen und zähe genug, diesen Streit bis zum blutigen Ende durchzufechten.

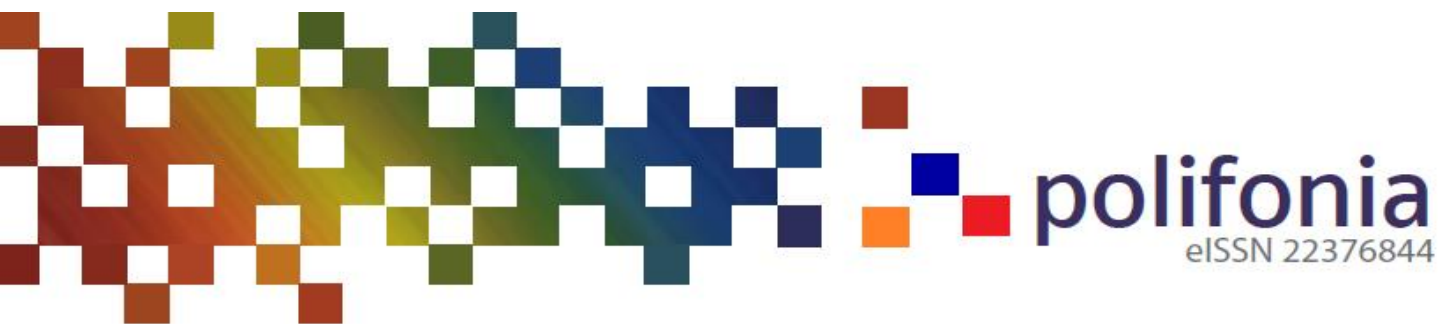


SD5: Para esse fim, porém, só servem para líder, as melhores e mais corajosas cabeças. Caso a luta por uma visão de mundo não seja conduzida por heróis abnegados, em curto espaço de tempo será impossível encontrar lutadores destemidos. Um homem que combate exclusivamente por sua existência, não pode deixar muito para a coletividade<sup>14</sup> (HITLER, 2016, p. 325, Trad. do autor).

Partindo desses excertos de *Minha Luta* e dos outros enunciados, tanto verbais como não verbais, é possível ter acesso aos sentidos que sustentam o discurso de PH – 2, que são aqueles que se constituem em torno do sacrifício da grande massa por meio da luta sangrenta (SD4) e em torno da figura do líder corajoso, abnegado e decidido a lutar em favor da comunidade racial (SD5), cuja imagem é desenhada como a de um herói. Esse discurso visa produzir a mitificação da figura de Hitler que, a passos largos, deflagra um processo político pautado no movimento de massas, cujo resultado é o domínio total do governo alemão. O sujeito do discurso de PH – 2 joga com esses sentidos porque são exatamente esses que vão ao encontro de uma massa que vivencia a experiência de fracasso da República de Weimar, feita de desemprego e inflação exorbitante. Ao inserir uma fotografia que traz o povo reunido e fazendo a saudação nazista (*Heil, Hitler*) o sujeito faz circular sentidos que valorizam a massa que, por ser extraordinariamente influenciável e crédula, é desprovida de crítica (FREUD, 2017, p. 50) e, por esse motivo, abre mão da sua singularidade e passa a se identificar plenamente com o desejo do *Führer*, homem corajoso e capaz do sacrifício necessário à salvação da massa desorientada que carrega sentimentos sempre muito simples e exagerados (FREUD, 2017, p. 50).

---

<sup>14</sup> Dazu aber taugen als Führer nur die allerbesten und auch mutigsten Köpfe. Wenn der Kampf für eine Weltanschauung nicht von aufopferungsbereiten Helden geführt wird, werden sich in kurzer Zeit auch keine todesmutigen Kämpfer mehr finden. Wer hier für sein eigenes Dasein ficht, kann für die Allgemeinheit nicht mehr viel übrig haben.

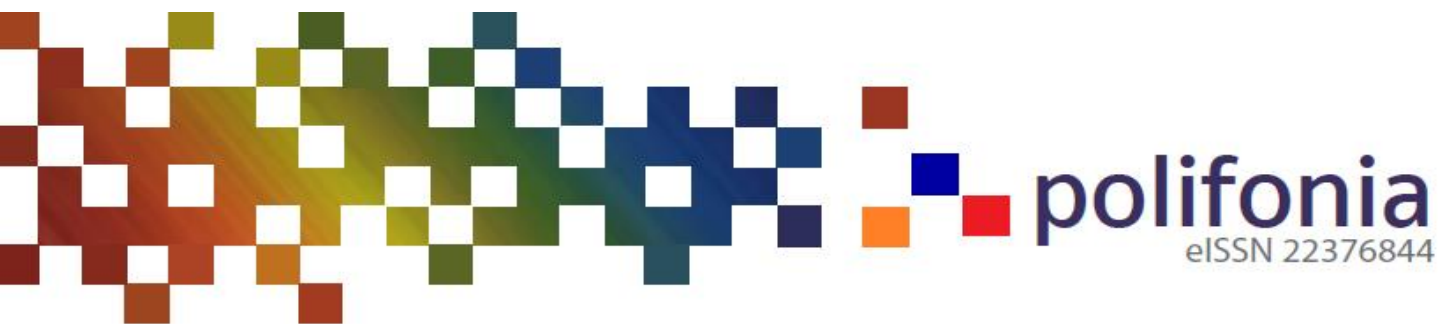


### Considerações finais

A propaganda nazista produzida durante o Terceiro Reich pelo Ministério da Propaganda e o Escritório de Propaganda do NSDAP foi de fundamental importância para a circulação da ideologia nazista. A análise de dois pôsteres que circularam na Alemanha durante o primeiro ano de governo de Hitler na condição de chanceler do Estado aponta para a constituição de um discurso que é atravessado por outros discursos que o sustentam e conferem legitimidade.

Assim, no primeiro pôster, a imagem de Hitler é construída a partir de discursos que vêm da tradição imperialista, cuja matriz de sentidos se caracteriza por discursos sobre poder, tradição, sacrifício e patriotismo. Esses sentidos, produzidos anteriormente e em outros lugares passam a constituir a enunciação sobre Hitler, a fim de representá-lo como aquele que detém todas aquelas qualidades atribuídas aos *Kaisers*; qualidades essas que foram imprescindíveis na construção, ao longo do passado imperial, de uma Alemanha próspera. Diante da grave crise econômica na qual a Alemanha se encontra durante a República de Weimar, retomar sentidos que atualizam um passado melhor, embora idealizado, é de grande eficácia para o jogo político que visa ganhar a opinião pública e o parlamento.

Na escalada rumo ao poder total, aqueles sentidos acerca do passado mítico da Alemanha são retomados na constituição do discurso do segundo pôster, de modo que a esses sentidos são acrescentados àqueles que produzem um efeito de unanimidade e não contradição, único caminho para a instalação de uma ditadura de partido único. A construção do culto à personalidade, que se faz por meio de um discurso que apresenta uma massa uniforme que não pensa e apenas segue o líder, é condição *sine qua non* para a invenção do *Führer* e a implantação de um regime totalitário na Alemanha.



## Referências

COURTINE, J.J. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. *In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L. Os múltiplos territórios da Análise do Discurso*. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1999.

EVANS, Richard J. **A chegada do Terceiro Reich**. 3. ed. São Paulo: Crítica, 2016.

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu**. Porto Alegre, RS: L&M Pocket, 2017.

HITLER, A. Mein Kampf. *In: Hitler, Mein Kampf: eine kritische edition*. HARTMANN C.; VORDERMAYER, T.; PLÖCKINGER, O.; TÖPPEL, R. Band I. Berlin: Instituts für Zeitgeschichte, 2016.

INDURSKI, F. **A fala dos quartéis e outras vozes**. São Paulo, Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

INDURSKI, F. A memória na cena do discurso. *In: INDURSKI, F.; MITTMANN, S.; FERREIRA, M. C. L. (orgs.). Memória e história na/da Análise do Discurso*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011.

LUCKERT, S.; BACHRACH, S. **State of deception: the power of nazi propaganda**. Washington, D.C: United States Holocaust Memorial Museum, 2011.

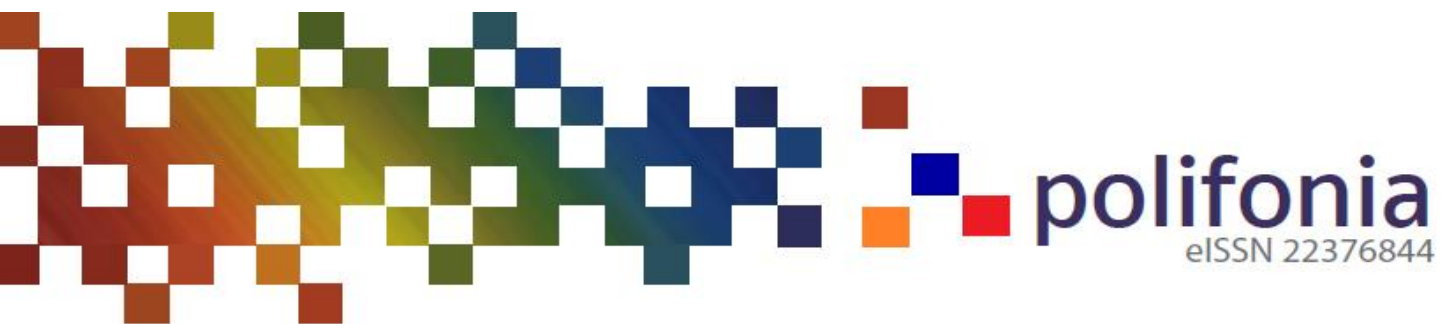
ORLANDI, E. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2001a.

ORLANDI, E. **Discurso e texto: formulação e circulação de sentidos**. São Paulo: Pontes, 2001b.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: ed. da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). *In: GADET, F.; HAK, T. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Pêcheux*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, M. *et alii*. **Papel da memória**. São Paulo: editora Pontes, 2015.



STANLEY, J. **Como funciona o fascismo:** a política do “nós” e “eles”. Porto Alegre: L&PM, 2018.

WUNDERLICH, S. **Propaganda des Terrors:** plakate des NS-Staats zwischen 1933 und 1945. Berlin: Berlin Store Verlag, 2021