



Os Cavaleiros da SS: A utilização da imagética do guerreiro medieval na propaganda nazista

Rafael Oliveira Mansan¹; Mauricio da Cunha Albuquerque, Fernando de Oliveira Botafogo

; LOPES, ARISTEU ELISANDO MACHADO

Universidade Federal de Pelotas(UFPEL) – rafelomansan@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas(UFPEL) – aristeuufpel@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho versa sobre o medievalismo das Schutzstaffel (SS), ou seja: a presença de motivos, ícones, temas e símbolos direta ou indiretamente relacionados à Idade Média nos materiais propagandísticos produzidos por este segmento do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães. Sendo fundados para compor a vanguarda, a representação máxima da elite germânica dentro do 3º Reich, este grupo lançara mão de inúmeros mecanismos para legitimar o discurso de pureza racial-ancestral, muitas vezes, fazendo uso do próprio passado germânico e ocidental, instrumentalizados a partir de protocolos políticos específicos. A considerar o recrudescimento de grupos nacionalistas extremistas nos dias atuais, tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, e o apreço que tais grupos nutrem por temas místicos e esotéricos – muitas vezes pautados em noções bastante equívocas e fantásticas da História Medieval –, optamos por realizar o presente trabalho no intuito de demonstrar: 1) A idealização e instrumentalização da História e do imaginário medieval por parte de um grupo político; e 2) A continuidade destas representações no século XXI, geralmente atreladas aos mesmos princípios ideológicos.

Nossa abordagem utiliza uma série de fontes imagéticas específicas, que consistem em cartazes de recrutamento das Schutzstaffel. Do ano de 1933 até o fim da Segunda Guerra Mundial (1945), estes artefatos históricos foram produzidos à exaustão pelos órgãos de imprensa do Reich. Em vários casos, é possível notar a ‘evolução’ do conteúdo representado; se nos primeiros anos do regime é possível identificar um discurso mais voltado ao *volk* alemão, após 1940 o discurso se torna mais amplo, buscando cooptar e recrutar pessoas de toda a Europa. A análise se ampara nas noções de representação de Stuart Hall, na teoria do imaginário de Jacques LeGoff e na arqueologia da imagem, de Aldrovandi. Nossa estratégia metodológica consiste em analisar o conteúdo dos cartazes considerando seus níveis semânticos. Não apenas afirmar o objetivo de sua mensagem, mas entender como ela se ampara, se alicerça em saberes e poderes dominantes, assim como em concepções idealizadas da Idade Média ocidental.



2. METODOLOGIA

A confecção do trabalho ocorreu através da análise quantitativa de dezenas de imagens similares ou no mesmo contexto, com a procura de padrões imagéticos e discursivos recorrentes nas imagens. Após o ajuntamento dessas foram selecionadas algumas para uma observação mais minuciosa do intertexto presente nas mesmas, averiguando-as a partir de três etapas: 1) sobre o passado (quais imagens foram utilizadas e o por que); 2) sobre o presente (contexto de publicação do material e motivos discursivos); 3) como o público-alvo deveria interpretar a mensagem presente.

As etapas de observação procuram observar como tais imagens foram utilizadas no processo de construção de uma “mitologia cavaleiresca”, como observado já anteriormente em trabalhos como o de Jacques Legoff: “Heróis e Maravilhas da Idade Média”, ocorrendo a constatação de como ocorre o processo existente na criação de mitos da cavalaria.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Utilizando-se das três etapas de análise, foi possível observar um processo de evolução dentro do material propagandístico, cujo objetivo estaria em ampliar as bases de apoio do partido e arrecadar maior destacamento de caráter voluntário para o front, principalmente o oriental. Em contraste às propagandas mais antigas produzidas pelo partido que enfatizavam um discurso mais popular voltado a noção de “volk” alemão, aquelas produzidas pela SS pós o início da Segunda Guerra Mundial, principalmente pós 1941 com o início da Operação Barbarossa, procuram dentro de um contexto maior que a Alemanha, o europeu, organizar legiões de voluntários dentre os apoiadores do eixo em países ocupados, através de discursos convidativos com os grupos colaboracionistas.

As imagens utilizadas nestas propagandas, enfatizam a “união de sangue”, colaboração e o enfrentamento de um inimigo comum, o “terror vermelho” trazido pelo bolchevismo. O caráter de uma cruzada torna-se necessário para a “defesa da cultura europeia”, e nesse sentido as propagandas utilizam da imagética mais apropriada ao grupo alvo, como a utilização de um cavaleiro para o recrutamento dentro da Europa continental e de vikings e símbolos pagãos para aqueles



direcionados aos países nórdicos. Nesse contexto se constata que a necessidade de um efetivo cada vez maior para abastecer os exércitos do eixo no esforço de guerra transforma o discurso de uma luta alemã para um discurso de uma luta europeia contra seu maior inimigo, o bolchevismo.

4. CONCLUSÕES

Em termos de inovações, o trabalho permitiu a possibilidade de trazer um ponto de vista inovador aos estudos do medievo. Através da utilização das formas que a máquina de propaganda nazista se utilizava do medievo, é possível trazer a mesma discussão tanto para outros períodos quanto grupos.

A intersecção do medievo com suas representações dentro da História Contemporânea pode abrir considerável espaço em pesquisa acadêmica para ambas áreas, naquilo que cabe os estudos de imagem e representação.



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

ALDROVANDI, Cibele Elisa Viegas. A Imagética Pretérita: Perspectivas Teóricas sobre a Arqueologia da Imagem. Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia. São Paulo, v., nº 19, 2009, p. 39.

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

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

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

GINZBURG, Carlo. **Medo, reverência, terror: quatro ensaios de iconografia política.** Editora Companhia das Letras, 2014.