



## A PROPAGANDA TOTALITÁRIA: um estudo sobre a permanência de práticas totalitárias no pós-guerra<sup>1</sup>

Elbio R. Quinta Junior  
Graduando em História  
UEG

Fabiana de Souza Fredrigo  
Doutora em História  
UEG

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a permanência das práticas totalitárias, a partir da propaganda dos dois principais regimes totalitários conhecidos, o da Rússia Stalinista e o da Alemanha Nazista. Tal proposta terá como fonte o livro “As Origens do Totalitarismo” da filósofa política Hannah Arendt. Com isso, esperamos compreender como as práticas da propaganda totalitária influenciaram a concepção da propaganda política contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** Propaganda, totalitarismo e organização.

### 1 INTRODUÇÃO

Como bem explicita a filósofa política Hannah Arendt, “a ralé e a elite podem ser atraídas pelo ímpeto do totalitarismo; as massas têm de ser conquistadas por meio da propaganda” (ARENDT, p. 474, 2012). Neste ponto, podemos entender a importância do estudo da propaganda totalitária, bem como das massas<sup>2</sup>, para aqueles que se debruçam ao estudar o totalitarismo. Assim, pretendemos, neste artigo, esclarecer, conforme as possibilidades de nossa pesquisa, sobre como funcionava o aparelho propagandístico totalitário, tanto na Alemanha nazista, quanto na Rússia stalinista. Feito isso, não escaparemos de refletir sobre as marcas que uma “propaganda científica” deixara na propaganda política contemporânea – se as deixara mesmo e em qual profundidade. Toda essa discussão terá como fonte documental a obra “Origens do Totalitarismo”, da filósofa Hannah Arendt. Em vista disso, se faz pertinente esclarecer que a metodologia de estudo, utilizada no projeto de pesquisa intitulado “Uma investigação historiográfica em torno do fascismo: usos e abusos do conceito de totalitarismo (1950-1990)”, foi

<sup>1</sup>Artigo oriundo do Projeto de Pesquisa intitulado: Uma investigação historiográfica em torno do fascismo: usos e abusos do conceito de totalitarismo (1950-1990), sob a orientação da Profa. Dra. Fabiana de Souza Fredrigo. Este artigo foi lido, revisado e aprovado pela orientadora mencionada.

<sup>2</sup> O termo “massas” é compreendido segundo o sentido freudiano do termo: uma aglomeração ou uma multidão de diferentes características individuais, unida por uma relação libidinal para com o líder e, também, entre si mesma. Tal conceito encontra-se no livro “Psicologia das Massas e Análise do Eu”, de Sigmund Freud.



baseada na leitura do livro “Origens do Totalitarismo”, bem como na leitura de diversos textos sobre propaganda, análises sobre a obra de Hannah Arendt (2012), dentre outros textos. Com isso, esperamos entender como a propaganda, nos dois principais casos estudados por Arendt, possibilita mapear os ecos do totalitarismo na sociedade contemporânea do pós Segunda Guerra, especialmente, no quesito da propaganda política, como ressalta Jean Marie Domenach (2001).

## 2 SOBRE O CONCEITO DE TOTALITARISMO

Após tais considerações, é relevante comentar sobre o conceito de totalitarismo, desenvolvido por Hannah Arendt, haja vista a importância desse conceito para situar a propaganda totalitária. O conceito de totalitarismo, utilizado pela primeira vez para designar a experiência fascista na Itália<sup>3</sup>, é difícil de ser trabalhado e não encontra significado consensual, no campo das Ciências Humanas. Tal fato pode ser explicado pelo motivo de que o conceito representa, logo de início, uma crítica à teoria marxista. Com o tempo, o uso do termo abarcou duas experiências díspares, apesar de algumas similaridades conjunturais flagrantes.

Neste ponto, se faz interessante lembrar no historiador britânico Eric Hobsbawm que, em seu livro “A Era dos Extremos”, argumenta precisamente que não é possível a aplicação do conceito de totalitarismo no caso soviético, haja vista várias características, começando pelo próprio sistema político diferenciado entre a Rússia e a Alemanha. Como afirma Hobsbawm:

Apesar de brutal e ditatorial, o sistema político soviético não era “totalitário”, um termo que se tornou popular entre os críticos do comunismo após a Segunda Guerra Mundial, tendo sido inventado na década de 1920 pelo fascismo italiano para descrever seu próprio projeto. (HOBSBWAM, 2012, pp. 383).

Argumentação distinta é desenvolvida por Arendt, que reitera a importância de se utilizar tal conceito, especialmente, se considerarmos, por exemplo, a constituição de uma polícia secreta para aplicação do terror totalitário e a existência das organizações de vanguarda, que se tornam responsáveis pela criação de uma existência própria do regime totalitário, afastando os “seguidores” da realidade. Tal fato se mostra de suma importância para a existência do regime,

---

<sup>3</sup> Neste ponto, é interessante ressaltar que Hannah Arendt não enquadrar os fascistas Italianos na categoria de um “estado totalitário”. Para esta autora, não havia dado tempo de tal formação governamental instituir o terror como foi feito na Rússia stalinista e na Alemanha hitlerista.



haja vista que, sem a criação de uma existência própria, os seguidores estariam aptos a entrarem em diferentes “sintonias”, se afastando, assim, do domínio totalitário, como bem desenvolve SiegfriedKracauer (1998) “De Caligari a Hitler –

Uma História Psicológica do Cinema Alemão”. Assim, podemos argumentar a aplicabilidade mais que justificada do conceito de totalitarismo, tanto na Rússia de Stálin, quanto na Alemanha de Hitler. Este fato demonstra que a concepção de totalitarismo de Hobsbwam precisa ser questionada e posta à prova, mediante o debate com outros autores. Para Hannah Arendt, totalitarismo não é o controle absoluto de corações e mentes, mas a efetiva construção de uma comunidade que partilha de uma convicção capaz de estabelecer uma verdade plenamente ilusória, que produz eficácia exatamente por estabelecer essa verdade por meio de uma vanguarda – daí a comparação com as seitas se estabelece. Por esse motivo, ele apenas funciona a contento se amparado pelo terror e pela propaganda.

### 3 A PROPAGANDA TOTALITÁRIA

Depois das considerações apontadas anteriormente, discutiremos a peça chave deste artigo, a investigação em torno da propaganda totalitária. Para tanto, uma pergunta não pode deixar de ser feita: o que é propaganda? Segundo o teórico da comunicação, Jean Marie Domenach (2001), a propaganda é uma linguagem destinada às massas, ela emprega palavras ou outros símbolos veiculados pelo rádio, pela imprensa e pelo cinema. Domenach (2001) procura estabelecer esse conceito de propaganda utilizando dos escritos de outro teórico da comunicação Serge Tchakhotine (2003). Para esse último, é necessário pensar a propaganda política nazista a partir do conceito de “Reflexo Condicionado”. Tal conceito foi construído através das experiências do médico russo I.P. Pavlov. Para este médico, a noção de esquecimento e memória pode ser pensada a partir da criação de um reflexo. Pavlov estuda esta ideia a partir da experiência que consiste no método de produção de saliva, em um cachorro, em contextos específicos. Segundo a experiência, se colocarmos um biscoito na frente de um cachorro, ocorrerá a salivação por parte deste, todavia ao retirarmos o biscoito e colocarmos uma música, não acontecerá nada. Contudo, se colocarmos uma música, junto com um biscoito, ocorrerá a salivação. Após um determinado momento, atrelado a um número sucessivo de repetições dessa experiência, ao colocarmos



apenas a música, perceberemos a produção de saliva, sem a presença do biscoito. Neste ponto, criou-se um novo tipo de reflexo, um “Reflexo Condicionado”. Entretanto, ao continuar fazendo uso da mesma música sem o biscoito, o cão, após um determinado tempo, perde o “reflexo condicionado”. Assim, se faz necessária a repetição do experimento, porém, com uma carga de repetição cada vez maior para que se produza o mesmo efeito.

Com isto, segundo Domenach (2001), a propaganda, que tem no sentido geral do termo o significado de se transmitir uma ideia, procura entender os diversos conceitos que circundam a ideia de “propaganda política totalitária”, através da comparação entre as experiências soviética e hitlerista. Vale-se ressaltar que, no caso nazista, o cinema será o aspecto que apresentará maior destaque, principalmente se analisarmos o caso da UFA (Universum-Film AG), órgão responsável pela produção de filmes com fins propagandísticos para o regime. Tal órgão compunha o Ministério da Propaganda, chefiado por Joseph Goebbels, como lembra Wagner Pinheiro Pereira (2004).

Com isso, é pertinente procurar estabelecer como o autor constrói a noção de propaganda nazista. Para o mesmo, é necessário pensar a constituição do conceito de propaganda a partir da ideia de reflexo condicionado, trabalhado por Tchakhotine (2003), conforme exploramos anteriormente. Através de tal perspectiva, Domenach (2001) estabelece uma relação entre a ideia de crise e o conceito de reflexo condicionado. Segundo este, a propaganda tinha como principal técnica causar a rememoração da crise em que a Alemanha vivia quando o nazismo ascendeu, em 1933. No caso específico da Alemanha, a crise era, primordialmente, de ordem econômica, que ocasionou, não necessariamente, como causa e efeito, uma crise de ordem política. Dentre outros eventos, o Tratado de Versalhes, associado exclusivamente à República de Weimar, patrocinou a sensação de derrota e fez aflorar o antiliberalismo e a indisposição com a (ainda incipiente) democracia. Era a lembrança viva da derrota alemã, na Primeira Guerra Mundial. Através de tal perspectiva, podemos compreender, de forma mais clara, como o elemento de crise se torna essencial para a concepção de propaganda àquela circunstância, segundo Domenach (2001). Mencionemos que a crise política atingiu tal clímax que Adolf Hitler



ascendeu ao poder mediante um chamamento do presidente Paul von Hindenburg (LENHARO, 2001)<sup>4</sup>, ou seja, sua ascensão não se deu por golpe.

Ao tomar como tema a rememoração da ideia de crise, o regime nazista procurava incitar à violência, aliando-a ao espírito de luta das massas – havia aqui um ingrediente de apropriação da retórica da esquerda. Essa vinculação vai ao encontro da argumentação de Arendt, quando ela demonstra que a propaganda e a violência (que ocasionam o terror) “são duas faces da mesma moeda” (ARENDR, 2012, p.474). Por isso, a autora afirma que não há como pensar o movimento nazista, e especialmente a propaganda, sem pensar o elemento terror que cerca os discursos e as técnicas do regime.

Em contrapartida, ao analisar a propaganda do tipo soviética, podemos perceber claramente uma distinção em relação à propaganda do tipo hitlerista. No caso soviético, a propaganda visava uma reeducação da massa, ou seja, a propaganda do tipo leninista deve servir como um meio para a educação política dos adeptos ao regime soviético (DOMENACH, 2001). A mesma serve como ligação entre a massa e o partido. Tal reeducação é feita a partir de uma diversidade de material jornalístico, tendo esta propaganda de alcançar todas as camadas sociais, garantindo assim o melhor aproveitamento propagandístico. Aliás, fundamental era indicar que todas as classes sociais eram uma: a classe dos trabalhadores revolucionários, unidos em prol do resguardo da revolução.

Por outro lado, em Alcir Lenharo (2001), percebemos claramente as múltiplas facetas que a propaganda política hitlerista possuía. Para esse historiador, é de suma importância compreender a noção de estética na propaganda nazista, uma vez que tal noção permeia, de maneira significativa, a propaganda. Construída através da união da arte com a política, “caberia ao artista tomar o lugar do homem de Estado” (LENHARO, 2001, p. 37).

---

<sup>4</sup> Neste ponto, se faz interessante comentar a proposta de Lenharo, a de modificar os meios pelos quais se estuda o nazismo, particularmente em relação à participação e ao conhecimento, da população alemã das práticas de terror. Lenharo propõe essa discussão citando como exemplo a presença dos intelectuais e dos trabalhadores nas práticas de terror dos nazistas.



Seguindo essa interpretação, a política traduz-se como espetáculo para o regime nazista, haja vista a construção de diversas obras arquitetônicas, tendo o arquiteto e depois Ministro dos Armamentos, Albert Speer, papel crucial, pois toda a grandiosidade encontrada na arquitetura do fascismo alemão foi projetada pelo mesmo. É fruto dessa grandiosidade obras como *Zeppelinfeld*, o estádio nazista construído em Nuremberg, em 1935, projetado por Speer, que tinha como principal objetivo abrigar as grandes massas. Como Lenharo demonstra, se faz pertinente pensar exatamente como Hitler e Goebbels consideravam de suma importância o “êxtase” das massas. Tal fato era reforçado quando cantavam, por exemplo, os dois principais hinos do regime nazista (*Deutschlandüberalles* e *Horst Wessel Lied*), como forma de promover esta sensação. Com isso, enalteciam um dos aspectos mais importantes para este regime político, que é justamente o sentimento de pertencimento, por parte das massas, à coletividade nacional.

Após a exposição de tais perspectivas, e tendo como base os rituais que expressavam a ideia de grandiosidade deste modelo político, é pertinente se pensar uma associação entre os rituais sacros nazistas para com os rituais cristãos. Para realizar tal associação, dentre outros exemplos, o autor demonstra a associação feita por Goebbels, entre Wessel, o chefe da SA em Berlim, e Jesus Cristo. Tal associação é bem demonstrada, por exemplo, quando Lenharo expõe a frase dita pelo ministro de propaganda do Reich “Um socialista de Cristo, vítima dos comunistas” (LENHARO, 2001, p. 39). Com isso, se faz necessário acrescentar que o medo aos comunistas também se fez presente na propaganda nazista, procurando reativar a lembrança da ameaça que os mesmos representaram para a República de Weimar, após a Primeira Guerra Mundial. Tanto é verdade, que o nome do hino *Horst Wessel Lied*, recebe o nome Wessel, em homenagem a tal personagem histórico.

Pensando ainda sobre a ligação entre a ideia de sacralidade e o aspecto estilístico do regime, se faz pertinente compreender, primeiramente, a ideia da magia nos símbolos que compunham toda a lógica emblemática do regime. Por exemplo, esta ligação é demonstrada quando o autor trabalha a simbologia da suástica, ressaltando: “O símbolo mágico da suástica, de conhecida ancestralidade, uma espécie de cruz em movimento, sugeria a energia, a luz, o caminho



da perfeição, como a trajetória ao Sol em sua rota.” (LENHARO, 2001, p. 40). Outro fenômeno que caracteriza esta relação é justamente o culto aos mortos. Como explicita Lenharo: “Era, sobretudo, nas cerimônias fúnebres noturnas que a política estilizada do nazismo alcançava resultados deslumbrantes.” (LENHARO, 2001, p. 43). Através de vários adornos nas cerimônias, principalmente se remetermos aos desfiles em comemoração ao mal fadado *Putsch* de Munique de 1923, bem como à celebração feita pelas SA quando Hitler foi nomeado Chanceler pelo então presidente Hindenburg, percebemos uma similaridade em tais ornamentos que contribui para expressão desta ligação sacra. Esses ornamentos, como explicita Lenharo, seriam: archotes, fogueira, círculos de chamas, desfiles, entre outros.

Seguindo tal análise, se faz interessante comentar como a estética se constrói, na propaganda. Segundo esse mesmo autor, as duas principais perspectivas trabalhadas na propaganda são a arquitetura e o cinema. Como demonstra Domenach (2001), ao pensarmos propaganda como um conjunto de símbolos, é de suma importância visualizar que tal mecanismo era utilizado em três principais áreas: 1) a escrita, através dos jornais de propaganda do regime; 2) as palavras, através dos discursos feitos pelo líder, tanto pessoalmente quanto através do rádio; 3) a imagem, pensada principalmente através do cinema. Fundamental na leitura de Lenharo é a ligação da imagem com a propaganda, não só através do cinema.

Partindo de tais explicações, podemos pensar como tal instrumento propagandístico se fez marcado por uma influência neoclássica. Ao lembrarmos a frase cunhada por Adolf Hitler “O Reich que durará mil anos”, percebemos claramente a importância da influência neoclássica na arquitetura nazista, que visava à durabilidade de certas obras arquitetônicas, objetivando expressar a ideia de durabilidade milenar ao Terceiro Reich.

Após tais considerações, se faz pertinente observar como a outra perspectiva, ou seja, o cinema se constrói na propaganda nazista. Como bem lembra Lenharo, é importante considerarmos o papel expressivo que a UFA de Goebbels desempenhou neste momento. A partir disso, é interessante procurarmos pensar como vários filmes eram constituídos partindo da perspectiva de Domenach (2001) sobre propaganda: relevante era o patrocínio do medo, neste



caso, o mote era a dominação antissemita sobre a sociedade alemã. Retomando Hannah Arendt, a propaganda, com seu teor científico a estabelecer uma verdade, patrocina a criação de uma mentira, de um mundo fictício. Assim, obtém o convencimento das massas, que vivem, cotidianamente, esse mundo fictício, resguardado pelas fronteiras dos doutrinadores e da vanguarda.

Seguindo esta linha argumentativa, Arendt (2012) procura entender o fenômeno da propaganda nazista através de um conjunto de técnicas, posto que os nazistas não fizeram uma inovação quanto ao conceito, ao menos, integralmente. A propaganda nazista tinha como eixo central a ideia de dominação do mundo pelos judeus, ocasionando assim uma valorização da massa através da desvalorização do elemento judeu, justificando, portanto, a eliminação desse último. Nesse quesito, ressaltamos a diferença entre a propaganda nazista e a propaganda stalinista: a primeira é pensada a partir do aspecto de tentativa de dominação do mundo por parte dos judeus; a segunda é pensada sob o viés de dominação do mundo por parte dos trotskistas.

A propaganda em si não era o mais importante. Essencial era o mundo que ela elaborava e a organização que permitia se estabelecer. Esta instituição do regime totalitário tem como função exatamente estabelecer o controle das massas. Mas podemos perguntar: como se estabelece o controle das massas pela organização? Tal controle é feito através da criação de uma realidade própria do regime totalitário, conforme já afirmamos. Entretanto, a chave do regime totalitário está na organização (ARENDR, 2013). Este fato pode ser justificado quando analisamos os escritos de Adolf Hitler em seu livro “MeinKampf”. Segundo Hitler, a organização é o ponto crucial do partido. A propaganda, para este autor, nada mais era do que o caminho para se estabelecer uma organização partidária efetiva e, com isso, alcançar o sucesso do movimento totalitário.

Nas condições apontadas – que unifica terror, propaganda e organização –, a dominação totalitária só é efetiva quando há um movimento efetivo; o totalitarismo, por sua vez, só é satisfatório quando possui uma organização efetiva; a organização só é bem sucedida quanto a propaganda consegue atrair os membros da massa para a organização interna do partido,



criando assim um estado próprio, fugindo da realidade – dessa argumentação emerge as comparações com as seitas.

Luís Mauro Sá Martino (2007), cientista social e teórico da comunicação, apresenta outra abordagem sobre a noção de propaganda, em seus estudos dos diários (datados de 1942/1943) do Ministro da Propaganda, Joseph Goebbels. Segundo o autor, a propaganda, para Goebbels, não tinha um conceito definido. Para o fomentador de tal instrumento, não havia um conceito específico de propaganda, pois essa deveria objetivar o sucesso de suas técnicas. De acordo com Martino, a ideia mais próxima de um conceito de propaganda para Goebbels é “[...] as massas são ignorantes, portanto a mensagem deve ser direta; portanto, a propaganda deve agradar; para tanto, seu modelo não é a política, mas o entretenimento.” (MARTINO, 2007, p. 41).

Seguindo tal concepção – a de que a massa é ignorante, considerando que há aqui divergência com as teses desenvolvidas por Hannah Arendt –, o entretenimento é necessário. Para Goebbels, a propaganda é efetiva quando consegue realizar seu objetivo. Assim, se tivermos uma propaganda excessivamente estilizada, haverá a dificuldade para com a apreensão da mensagem transmitida, tornando primordial um método propagandístico que vise à diversão e entretenimento. Através dessa perspectiva, Martino chega ao ponto crucial de seu trabalho, que é procurar justamente compreender como tal noção influência a própria propaganda política brasileira, haja vista que muitos candidatos à representatividade pública utilizam, por exemplo, os “Showmícios”, como meio de se elegerem. Guardemos aqui a devida ciência quanto às diferenças temporais e, ao mesmo tempo, observemos a aproximação quanto ao método. Apesar disso, a análise de Hannah Arendt é muito mais sofisticada, pois apresenta uma tese para a peculiaridade das massas na sociedade contemporânea, sem necessariamente as adjetivar, simples e peremptoriamente, de “ignorantes”. Seria produtivo perguntar, antes de adjetivá-las: o que elas ignoram? A política, tão cara à Hannah Arendt? Contudo, a política, no sentido que lhe empresta essa filósofa, cabe em regimes totalitários? Em suma, é fundamental não confundir conteúdo e forma ou, ainda, tema e método. Que fique claro: os métodos podem até se aproximar; mas os conteúdos, os temas e a “organização totalitária” e a “democrática” muito se diferem.



Feita a ressalva, observamos a importância da concepção, e, sobretudo, do método, da propaganda totalitária para a compreensão da propaganda política contemporânea. Com isso, uma pergunta não pode deixar de ser feita: se podemos perceber a existência de heranças da propaganda totalitária na propaganda política contemporânea, então, é possível argumentar que podemos, a partir dessa premissa, estudar as permanências do totalitarismo na sociedade contemporânea do pós Segunda Guerra? Com base no argumento desenvolvido neste artigo, como bem pela pesquisa que originou o mesmo, podemos sim chegar à conclusão de que a propaganda totalitária serve como meio para analisar as permanências das práticas totalitárias na sociedade do pós Segunda Guerra Mundial.

#### 4 CONCLUSÃO

Por fim, podemos concluir que se faz relevante o estudo do meio propagandístico, tanto nacional socialista como stalinista, para a compreensão da sociedade no pós Segunda Guerra Mundial. Tal fato nos permite assim analisar como nossa sociedade assimilou características da propaganda totalitária, transformando-as em seu próprio contexto. Assim, se propõe a continuação do estudo para esclarecermos como a sociedade contemporânea usufruiu, bem como se comportou, mediante a ampliação e o aprofundamento das inovações tecnológicas.

#### 5 BIBLIOGRAFIA

- ARENDT, Hannah. *As origens do totalitarismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política*. Livro Eletrônico, 2001.
- FREUD, Sigmund. *Psicologia das massas e Análise do Eu e outros Textos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- HITLER, Adolf. *Minha Luta*. São Paulo: Centauro, 2005.
- HOBSBWAN, Eric. *A Era dos Extremos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- KERSHAW, Ian. *Hitler*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- KRACAUER, Siegfried. *De Caligari a Hitler - Uma história psicológica do cinema alemão*. Rio de Janeiro, 1988.



LENHARO, Alcir. Nazismo *O triunfo da vontade*. São Paulo: Editora Ática, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. A estética da propaganda política em Goebbels. *Comunicação & Política*, v.25, p.35-53, 2007.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. Cinema e Propaganda Política no Totalitarismo e na Democracia: Tempos de Hitler e Roosevelt (1933-1945). In: XVII Encontro Regional de História: 'O Lugar da História'. ANPUH - São Paulo, 2004, Campinas. *Anais do XVII Encontro Regional de História: 'O Lugar da História'*. ANPUH - São Paulo, 2004.

TCHAKHOTINE, Serge. *A mistificação das massas pela propaganda política*. Brasília: Editora Argumento, 2003.