

ola@grandesite.com.br

A CIRANDA DO PERTENCIMENTO E A INDUMENTÁRIA MILITAR NA DISSEMINAÇÃO DO NAZISMO

The ciranda of belonging and military clothing in the dissemination of Nazism

Santos, Francisca. R.M; Bacharelado; Universidade Federal do Ceará,
rebeccamendesufc@gmail.com
Mendes, Francisca. R. N; Doutorado; Universidade Federal do Ceará,
franciscamendes@ufc.br

Resumo

Este artigo busca compreender como a indumentária militar nazista foi utilizada como ferramenta de comunicação alegórica no filme *O Triunfo da Vontade* de Leni Riefenstahl (1935). Nesta busca, procurou-se analisar a construção de imagens protagonizadas por oficiais nazistas, onde ressaltou-se a importância da indumentaria estudada como um símbolo de incentivo e disseminação do ideal nazista na Alemanha, e de como seu uso possibilitou a estruturação dos indivíduos em sujeitos massificados.

Palavras-chave: Nazismo; Indumentária Militar; O Triunfo da Vontade.

Abstract

This article seeks to understand how nazi military clothing was used as an allegorical communication tool in the film *The Triumph of the Will* by Leni Riefenstahl (1935). In this search, we tried to analyze the construction of images carried out by nazi officers, where the importance of the studied clothing was emphasized as a symbol of incentive and dissemination of the Nazi ideal in Germany, and how its use enabled the structuring of individuals in mass subjects.

Keywords: Nazism; Military clothing; The Triumph of the Will.



O presente trabalho debruça-se sobre reflexões referentes à moda e a relação entre indivíduo e massa, com o intuito de investigar sobre a construção de uma estética totalitária nas indumentárias nazistas apresentadas no filme *O Triunfo da Vontade* (1935) de Leni Riefenstahl. Ao longo desta trajetória, são apresentadas algumas observações sobre o movimento nazista instaurado na Alemanha no Século XX, movimento esse, que se constituiu como um desdobramento do fascismo que circulava na Europa durante esse período.

A reflexão sobre a estética totalitária não é uma novidade no meio acadêmico, sendo um tema norteador para estudos relacionados à construção de imagens para disseminar a ideologia nazista por meio da arte, além de elencar como esse movimento totalitário na Alemanha, influenciou a massificação dos indivíduos a partir das determinações direcionadas por esses ideais fascistas. No entanto, durante as pesquisas realizadas sobre o tema do Nazismo, notou-se que há uma escassez de materiais sobre o tema relacionando-o com conceitos de moda, percebendo então, um espaço para reflexão e novos diálogos. Sendo importante ressaltar, que os desdobramentos e discussões realizados durante a pesquisa, são articulados para fins acadêmicos, e não para exaltar o movimento nazista, tendo em vista seu caráter criminoso.

A articulação da estética totalitária nazista relacionada a conceitos de moda, e seu uso para massificação da sociedade alemã, demanda, primeiramente, a construção de uma boa base bibliográfica. Justamente por tratar de conceitos encontrados dentro de um regime que molda toda uma sociedade e seus costumes com padrões ideológicos predeterminados por uma figura ditatorial e um sistema opressor de liberdades individuais e coletivas.

Sendo a moda um pilar da construção identitária do indivíduo, e com isso, uma referência para diferenciação social em diferentes períodos históricos (SIMMEL, 1905), fez com que houvesse um despertar de interesse para a identificação de como a ideologia totalitária se apropriou de conceitos de moda para substituir a determinação consciente do ser social por uma passividade de uma determinação qualquer, ditada por esse regime.

Na primeira metade do século XX o Nazismo se destaca como um movimento totalitário e fascista na Europa. A partir dos estudos de Bortolucce (2008) sabe-se que o movimento nazista possui suas características estruturadas na promoção de uma ludibriação da sociedade através de propagandas, das artes visuais, da moda, do jornalismo, dentre outros meios de

Bortulucce (2008) também complementa que a autoridade unilateral que permeia os regimes totalitários é fruto de uma essência estética que serve como padrão para sua organização, controle e manutenção. Onde, a partir disso, se cria um embelezamento, uma ornamentação e uma diferenciação simbólica para a indumentária militar desses regimes, nesse caso, da indumentária militar nazista.

A partir dessas reflexões já citadas, este trabalho tem como objetivo apresentar como a indumentária militar foi usada como símbolo de diferenciação social e poder no contexto do movimento Nazista na Alemanha no século XX, a partir de imagens analisadas, presentes no documentário *O Triunfo da Vontade*, da diretora Leni Riefenstahl. O documentário estudado foi uma produção demandada pelo próprio Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP)¹, em nome de seu líder, Adolf Hitler, para fins de propaganda política, durante a ascensão do *III Reich*².

Nesse sentido, a relevância da pesquisa dá-se ao seu caráter investigativo dialético, à medida que, propõe-se considerar a totalidade histórica em que se construíram determinados meios para dominação a partir da construção de um perfil estético idealizado, fazendo então uma relação entre o discurso oral e sua consolidação na materialização visual por meio da indumentária militar e, conseqüentemente, nas relações de poder constituídas por meio da personificação dessa ideologia totalitária na sociedade do século XX, permitindo assim, a identificação de padrões que emergem desde a instauração desses regimes até a contemporaneidade dentro desse conceito estético.

O artigo tem sua característica principal firmada pelo seu caráter qualitativo, onde segundo Minayo (2001) a metodologia referente não segue uma realidade estatística, mas, sim uma subjetividade, visto que o foco da pesquisa é a exposição do contexto histórico da

¹ *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP)*

² A subida do Nazismo ao poder colocou fim à República de Weimar, uma democracia parlamentarista estabelecida na Alemanha após a Primeira Guerra Mundial. Com a nomeação de Adolf Hitler como chanceler, em 30 de janeiro de 1933, a Alemanha (também chamada de Terceiro *Reich*) rapidamente transformou-se em um regime em que os cidadãos não mais possuíam direitos básicos garantidos pelas leis. A cultura, a economia, a educação e as leis passaram para o controle nazista. Uma ampla campanha de propaganda foi desenvolvida para disseminar os objetivos e ideais do regime.

(United States Holocaust Memorial Museum. "Introduction to the Holocaust." Holocaust Encyclopedia. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/third-reich-abridged-article> . Acesso em 21/11/2022).

realizada uma análise imagética do filme *O Triunfo da Vontade* de Leni Riefenstahl, produção filmica vinculada como propaganda política durante o III Reich. A pesquisa também possui um caráter bibliográfico, que segundo Lakatos e Marconi (2003), engloba a literatura já existente sobre o tema de estudo, onde a partir dessa análise pôde-se iniciar pesquisas acerca de questões históricas, tipos de indumentária militar, e seu uso de acordo com a hierarquia social estabelecida no regime, e a sua relação com a construção simbólica totalitária junto à ideologia nazista.

A ciranda do pertencimento

O Triunfo da Vontade é um filme alemão que documentou o VI Congresso do Partido Nazista realizado em 1934 na cidade de Nuremberg. O evento contou com a presença de mais de 30.000 simpatizantes do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, e é considerado um dos filmes de propaganda política mais conhecidos na história do cinema, com grande reconhecimento das técnicas utilizadas pela diretora responsável, Leni Riefenstahl.

Figura 1: Da esquerda para a direita, de cima para baixo. Unidades Alpinas das SA; Juventude Hitlerista (HJ); Marcha dos Estandartes dos Distritos; Revista da SS; Adolf Hitler na Reunião de Líderes Políticos; Guarda Pessoal de Hitler.



Fonte: Imagens retiradas do filme *O Triunfo da Vontade* de Leni Riefenstahl (1935).

Os governos totalitários reconheciam o potencial do cinema como um meio de levar seus ideais às massas, e este trabalho tem o intuito de pensar a importância e o papel desempenhado

uma ideologia e promover uma conformação e adesão generalizada das massas na Alemanha durante o Nazismo.

Diante disso, faz-se importante a reflexão a partir do ponto de vista do caráter imitativo da moda, ou nos termos de Simmel (2014), “a tendência psicológica para a imitação”, vista não como uma condição monocausal para o surgimento e movimento da moda, e sim como uma relação que conecta diversos aspectos: interação, pertencimento e distanciamento, individualidade e homogeneidade. Portanto, a moda apresenta-se com uma relação dual, mas que delinea um alvo para entendermos sua importância no contexto da socialização³, relacionada com os estudos sobre a construção visual composta pelo uso da indumentária militar nazista⁴.

A relação indivíduo-massa tem sua expressão em aspecto ambíguo da inserção em grupo. A coletividade oferece ao indivíduo um respaldo para o sentimento de pertencimento, sendo que sua inclusão pode ser realizada por inúmeros meios, por exemplo, no uso de um determinado uniforme, sendo esse tipo de indumentária uma representação de um coletivo, fugindo do caráter individual do sujeito.

De outro lado, a junção de indivíduos promove alguma medida de decaimento dos conteúdos subjetivos destes, principalmente, por seu caráter de realização coletiva. Desse modo, a inserção na massa pode causar o que Simmel (2006) denomina ‘rebaixamento’ ou ‘decaimento’ do indivíduo, ou seja, para adentrar à determinada coletividade, o indivíduo precisa incorporar algum tipo de comportamento, símbolo ou ação que objetive algo em comum com determinado grupo. Para o autor, o indivíduo pode ser superior à massa, porém, na medida em que adentra ao coletivo perde parte das suas qualidades cultivadas. A formação dessa massa jamais é a soma das individualidades, sendo, desse modo, a soma dos fragmentos individuais, como afirma (SIMMEL, 2006).

Barthes (2005) articula o pensamento de que o caráter útil de uma roupa transpassa sua função primordial - proteção - e funciona também como ferramenta de comunicação, e

³ O conceito de socialização foi desenvolvido pelo filósofo e sociólogo alemão Georg Simmel (1858-1918) para designar mais apropriadamente as formas ou os modos pelos quais os atores sociais se relacionam.

⁴ A Hugo Boss foi a responsável pelos uniformes de várias milícias e oficiais nazistas (LUMSDEN, 2005).

ola@grandesite.com.br

O homem vestiu-se para exercer sua atividade significante. O uso de um vestuário é fundamentalmente um ato de significação, além dos motivos de pudor, adorno e proteção. É um ato de significação, logo um ato profundamente social, alojado no próprio cerne da dialética das sociedades (BARTHES, 2005, p. 363-364).


Ao visualizar um sujeito pode-se compreender, pelos modos de sua manifestação, particularidades como o tipo de papel que ele exerce na sociedade, sua posição econômica, seus valores sociais, seu caráter psicológico e sua visão de mundo. Ademais, por integrarem uma história localizada no tempo e no espaço, as roupas auxiliam na transmissão de valores de uma sociedade: “elas veiculam assim uma concepção ética e estética” (CASTILHO, 2006, p. 130).

Bortulucce (2008) afirma que a constante presença da águia, o uso da suástica e as cores majoritariamente sóbrias como o preto e o marrom, foram essenciais para a apresentação da ideologia nazista nos uniformes, que além de seu próprio significado simbólico já intrínseco - o militarismo -, também traz consigo conceitos ideológicos de referência fascista e voltados aos padrões de uma estética totalitária, na intenção de criar um senso de diferenciação social e poder entre oficiais e civis, além do objetivo de massificar esses indivíduos-oficiais, como citado na afirmação a seguir articulada pela autora:

As fórmulas militaristas também explicam as formas dadas às manifestações militares aparatosas do movimento: o uso do uniforme, o ritual de saudação, a resposta à voz de comando, a expressão de alerta – sentido! – ou o simbolismo de alguns emblemas essenciais, nos distintivos, nas bandeiras, flâmulas ou braçadeiras. Toda esta construção ia contra a moda engomada da burguesia e correspondia de imediato ao espírito da época, severo, técnico e marcado pela ética do anonimato. Ao mesmo tempo, os uniformes e a pompa militar permitiam dissimular as diferenças sociais e transcender a pobreza emocional da vida civil cotidiana (BORTULUCCE, 2008. p.50).

Sabendo disso, é evidente que a construção dos preceitos estéticos que fundamentam a indumentária militar do regime totalitário nazista é composta não só pelas suas características funcionais, mas nesse contexto, apresentam também uma série de signos ideológicos, estéticos e de gênero, que segundo Crane (2006), essas características proporcionam uma diferenciação social ao mesmo tempo em que proporcionam uma identificação entre os indivíduos pertencentes a um determinado grupo.

Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero – útil portanto para manter ou subverter fronteiras simbólicas –, o vestuário constitui uma indicação de



Nesse contexto militarizado, a indumentaria nazista é apresentada como uma das representações de máximo orgulho nacionalista, como contextualiza Bortulucce (2008), sendo também um dos principais meios que possibilitava as relações entre o discurso oral e a sua consolidação na materialização visual e, conseqüentemente, as relações de poder constituídas, como é representado no exemplo abaixo pela autora:

Um oficial da SS nazista ilustrou com precisão a importância do militarismo como elemento estético do nacional-socialismo, ao comentar que o mais perfeito objeto criado durante as últimas épocas não tinha origem nos estúdios dos artistas: ele referia-se ao capacete de aço (BORTULUCCE, 2008. p.51).

Partindo da abrangência teórica contida nas análises simmelianas, compreende-se que o fenômeno das relações de poder e pertencimento, vinculadas à indumentária militar do regime nazista, é sustentada pelo conceito de sociação de Georg Simmel (1983), partindo das categorias sociológicas de distinção, diferenciação e classe social.

Figura 2: Da esquerda para a direita, de cima para baixo. Frente de Trabalho Alemã - RAD, Juventude Hitlerista (HJ), Corpo de Transporte Nacional Socialista (NSKK), Tropas de Assalto (SA), Esquadrão de Proteção (SS), Oficial do Regimento da Antiga Guarda da SA.



Fonte: Imagens retiradas do filme *O Triunfo da Vontade* de Leni Riefenstahl (1935).

Nesse sentido, tendo como referência os estudos de Simmel (2006), é importante realçar que o fenômeno apresentado como pano de fundo para a reflexão, o movimento totalitário na Alemanha, insere-se numa dinâmica coletiva de interação social, onde seus ideais são massificados, e as relações entre os indivíduos acabam por serem ditadas pela estética e ideologia identitária representada por esses movimentos fascistas que “borbulhavam” na Europa do século XX. Nesse aspecto, o autor afirma que:

sociais em contrapartida, mesmo que mudassem com irrequies suas orientações de ação, estariam convencidos a cada instante e sem hesitações, de uma determinada orientação, progredindo assim continuamente, sobretudo sabiam sempre quem deveriam tomar por inimigo e quem deveriam considerar amigo. Entre o querer e o fazer, os meios e os fins de uma universalidade, há uma discrepância menor do que entre os indivíduos (SIMMEL, 2006, p.40).

Na proposta de Sociologia desenvolvida por Simmel (1983), a categoria socialização refere-se às diferentes formas de interação entre os indivíduos, tornando o pertencimento ao grupo, a individualidade e a diferenciação social, a chave compreensiva para a relação do fenômeno com a moda.

O indivíduo participante desse contexto social acaba então, por tomar para si a identidade de um oficial da nação, um subordinado, onde o indivíduo que não estivesse dentro dos parâmetros sociais estabelecidos, acabava por se tornar alvo de uma ação excludente, entrando para o ostracismo, posição em que as reações extrapolam a barreira da psique individual e ganham novas proporções, sendo o medo a mais comum delas. Ou seja, nessa situação, as reações tendem a ser mais fortificadas pelo ideal admirado e desejado pelas massas, ou diretamente pelo seu líder.

Considerações finais

A proposta deste trabalho foi revisitar os fatos históricos que possibilitaram a ascensão do Nazismo, e compreender como o movimento nazista se apropriou de conceitos de moda para compor a indumentária militar de seus oficiais, e como essa, foi utilizada como ferramenta de comunicação ideológica nas imagens produzidas por Leni Riefenstahl, no filme *O Triunfo da Vontade*, criando assim, um imaginário social a partir desse mundo das imagens construída com fins propagandísticos.

A análise feita sobre as indumentárias militares como parte central da construção de imagens alegóricas com viés totalitário e a utilização do cinema como arma de propaganda na Alemanha nazista, busca promover uma reflexão sobre o papel desempenhado pelas artes e suas articulações na criação de uma estética persuasiva, de modo que, aliadas aos meios de comunicação, se tornam instrumentos de propaganda política com o principal intuito de difundir seus ideais e “educar” as massas.

imagens que representavam esse ideal nazista, de modo a influenciar e respaldar o discurso oral a partir de um discurso imagético, sendo assim, um meio que exerceu seu papel na transmissão da ideologia nazista sobre as massas.

Os meios de comunicação exerceram e continuam exercendo um grande poder de sedução que levam as pessoas a reproduzirem as narrativas e comportamentos ali propagados sem grandes questionamentos. Essa alienação é fruto de processos de massificação das sociedades, onde uma ideia é propagada com um objetivo direcionado ao controle das individualidades, sendo essa ideia absorvida pelos indivíduos e sustentada pelo desejo de associação aos demais.

Sendo importante ressaltar que a experiência estética que o ser humano pode ter, não apenas se dá em contato com a arte, mas também com outras formas de manifestação da vida, da relação do indivíduo com a cultura e com a natureza, nas suas múltiplas formas de manifestação de comunicabilidade.

Referências

BARTHES, Roland. (1995). Inéditos, vol. 3: imagem e moda. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BORTULUCCE, Vanessa Beatriz. A arte dos regimes totalitários do século XX. Rússia e Alemanha. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008.


CASTILHO, Kathia. Moda e linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

CRANE, Diana. (2000). A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. Tradução Cristiana Coimbra. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MINAYO, Maria. C. S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria. C. S (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

SIMMEL, G. Simmel. (1858-1918) Sociologia: Estudos sobre as Formas de Sociação. Tradução de Raúl Enrique Rojo. Rio Grande do Sul: Fundação Fênix, 2021.





18° COLÓQUIO
DE MODA

17  fórum das
escolas de moda

9° CONGRESSO DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA



ola@arandesite.com.br