

Algumas considerações sobre a dinâmica psíquica envolvida na retórica das imagens

Visual Rhetoric and History

Célia Szniter Mentlik

Resumo:

Esse estudo tece algumas considerações gerais sobre a cultura de imagens na qual vivemos atualmente e busca avaliar a medida em que somos afetados por suas formas e conteúdos na vida cotidiana. A seguir, como paradigma, apresenta um pequeno acervo de representações visuais do elemento judaico e do “ariano”, publicadas no *Der Stürmer*, um jornal dirigido às classes populares na Alemanha, fundado por Julius Streicher em 1923, na cidade de Nuremberg. A publicação, que veiculava a ideologia nazista nos anos anteriores e durante o regime como um órgão independente, era prolixa em imagens. Com essa apresentação, demonstra-se a forma como as ideologias podem ser *iconizadas* ou “embutidas” no tipo de retórica visual empregada. Alguns aspectos da dinâmica psíquica envolvida nesse discurso visual são observados, avaliados em sua dimensão histórico-social, e a possibilidade de aplicação de análises dessa natureza a outros contextos é levada à consideração do leitor.

Palavras-chave: retórica visual; dinâmica psíquica; ideologias.

Abstract:

This study presents some general considerations on the culture of images we contemporarily live immersed in, and aims to evaluate in which measure we are affected by their forms and contents in daily life. As a paradigm, a small set of visual representations of the Jew and of the “Aryan”, originally published in *Der Stürmer* follows. *DS* was a newspaper meant to reach common people in pre and nazi Germany, founded in Nuremberg by Julius Streicher in 1923. This publication, which unofficially spread the nazi ideology to the large public, used to publicize a great amount of images. With this presentation, the author expects to demonstrate the forms by which ideologies may be converted into *icons* or imbedded in the visual rhetoric resources employed on the image. Some aspects of the psychic dynamics involved in their visual discourse are observed, evaluated in its historical and social dimension, and the possibility of applying this kind of analysis to different contexts is presented to the consideration of the reader.

Key-words: visual rhetoric; psychic dynamics; ideologies.

Algumas Considerações Sobre A Dinâmica Psíquica Envolvida Na Retórica Das Imagens

Temos inúmeras evidências do ancestral fascínio do Homem pelas representações visuais que ele mesmo é capaz de produzir através de diferentes meios. Tal

encantamento parece remontar a nada menos que o próprio surgimento da arte e da cultura, como o demonstram os vestígios em utensílios, as inscrições em pedras e pinturas rupestres deixadas nas cavernas habitadas durante o período Paleolítico Superior.

Tradições gráficas encontradas no desenho e na pintura fizeram parte da maior parte das civilizações conhecidas, tendo sido quase sempre precursoras da escrita, entre aquelas culturas que chegaram a sistematizar registros nessa ordem de complexidade.

Tais tradições são importantes a ponto de realmente “imprimir uma marca” ou, numa expressão bem adequada ao linguajar do *marketing* contemporâneo, servem como uma espécie de “marca registrada” através da qual também podemos distinguir as diferentes culturas humanas, ou agrupá-las no tempo, no espaço, nas suas origens e em suas ramificações e desdobramentos.

Esses registros simbólicos poderiam, de certa forma, ser considerados “espelhos” dos homens nas culturas a que correspondem, mas, distintamente do reflexo de Narciso na água que o mito nos revela, apresentam-se, ao mesmo tempo (às vezes até de maneira inconsciente ou à revelia dos emissores dessas mensagens), como ferramentas de comunicação e transmissão de conteúdos essenciais para os grupos humanos. Ou seja, como uma conquista que nos oferece(u) oportunidades e condições para superar ou avançar para além de uma condição maravilhada, paralisante e estagnada diante de nós mesmos em direção a uma dinâmica que envolve nossa relação com a herança do passado de uma ou várias culturas, e até de toda a Humanidade, através das investigações levadas a cabo atualmente pela Antropologia. A contínua possibilidade de construção de um patrimônio cultural para as gerações que se nos sucedem, embora não se esgote aí, se erige e se consolida basicamente a partir de registros dessa natureza.

Diante de uma perspectiva tão grandiosa, parece no mínimo paradoxal o fato de que embora as sociedades ocidentais tenham desenvolvido uma realidade cultural tão rica e prolixa em formas e conteúdos oferecidos à visão, estes produzam não só cada vez menos discernimento, mas inclusive uma maior confusão quanto à identidade e aos reais valores dos indivíduos, ao lado de um maior controle social, progressivamente mais anônimo, onipresente e invisível.

O estatuto das imagens

Quando nos atemos à questão, entretanto, observamos que ao longo do processo histórico verificam-se diferenças importantes e (ao que parece) uma progressiva segmentação em tudo o que se refere ao *estatuto das imagens*. Se formos capazes de conceber as representações visuais enquanto *linguagem* – conceito talvez não apreendido por muitos e certamente não durante todo o tempo pela maioria – sua criação e seu uso na arte ou como ferramenta de comunicação num espaço social democrático distinguem-se claramente de sua utilização para fins ideológicos ou comerciais, como instrumento de manipulação, condicionamento comportamental ou coerção social.

A cultura de massa implica em reproduções de telas de Picasso convivendo de forma indiferenciada com a proliferação de pornografia nas bancas de jornal, bem como em refinados documentários televisivos sobre o Museu do Louvre coexistindo com programas de TV na linha do recente *Big Brother*, série que justamente joga com a *perversão* do olhar, ou seja, com o *voyeurismo* da audiência.

Esses dois meros exemplos, retirados de uma miríade de possibilidades presentes em nosso cotidiano, parecem demonstrar que a relação dos indivíduos e sociedades com aquilo que vêem – tanto com as imagens correntes no interior de sua própria cultura como com aquelas que emergem em contextos que lhes são alheios – pode não ser um tema de tão simples apreensão. Ainda que a questão não se constitua em nenhuma novidade, merece a contínua reflexão dos pesquisadores.

Embora pareça paradoxal, o atual contexto da globalização, no qual estão em jogo a convivência e a exposição de representações procedentes de diferentes culturas, tem demandado dos indivíduos uma abertura cada vez maior à diversidade, ao mesmo tempo em que impõe a percepção dos limites próprios de cada um diante da ampla gama e variedade de estímulos.

Além de outros fatos da maior gravidade, a necessidade de um maior aprimoramento da sensibilidade ao Outro e de conhecimentos sobre a diversidade de perspectivas entre culturas ficou patente a muitos recentemente, quando das inesperadas reações e manifestações de protesto, em vários países de maioria islâmica, contra a

publicação de caricaturas consideradas ofensivas ao profeta Maomé, num pequeno e remoto jornal dinamarquês, *Jyllands-Posten*, ocorrida em fevereiro de 2006.

Assim, tendo em vista a urgência da necessidade de *discriminação* num contexto cultural *dominado por imagens*, e levando em consideração que estas constituem ou se articulam em *linguagem(ns)*, buscamos neste estudo demonstrar que a retórica de representações visuais específicas aparece e ganha sentido quando examinada em sua relação com o contexto histórico-social específico no qual emerge, tornando-se possível então avaliar aspectos da dinâmica psíquica que o criador de imagens estaria ali mobilizando, ou buscando mobilizar em seu público¹.

Seguindo uma tendência que pareceria observável desde o início do século XX, pelo menos, os povos ocidentais têm vivido em meio a uma acelerada profusão e vulgarização de imagens nos meios de comunicação de massa. O apelo à visão se intensificou mais ainda nas últimas décadas, em função da expansão da produção industrial, da emergência de um mercado global e do conseqüente aumento da disputa pela atenção do consumidor com potencial acesso a esses bens.

Fotografias, cartazes e *outdoors*, o cinema e a televisão e, mais recentemente, também grande parte do conteúdo do material virtual que circula nos computadores conectados em rede ocupam o lugar da leitura de jornais e livros entre alguns segmentos, enquanto novas propostas educacionais envolvem, inclusive, a completa eliminação da pessoa física do educador em benefício da comunicação por imagens.

Assim, a linguagem visual, considerada praticamente universal, portanto muito adequada à nova era da globalização, atingiu tal grau de sofisticação e eficiência que o texto se tornou quase inteiramente obsoleto, como vemos ocorrer na publicidade.

As imagens com as quais cotidianamente nos deparamos, sejam elas fixas ou móveis, são artefatos culturais nem sempre experimentados ou fruídos como construções de uma segunda pessoa com a qual estabelecemos um diálogo, com a qual podemos concordar ou discordar, e que porta *um ponto de vista* do qual é possível compartilhar ou não, como ocorre quando observamos quadros ou quaisquer outras obras de arte numa visita voluntária a um museu.

A dinâmica psíquica do receptor frente à retórica das imagens

Nas sociedades ocidentais contemporâneas, representações visuais praticamente “dominam o cenário” de nossas vidas, detendo dessa forma uma espécie de “autonomia” na capacidade de representar, de persuadir, de demonstrar ou ostentar poder social, político, mormente o econômico, dentre suas inúmeras possibilidades.

Além desses atributos, geralmente se estabelece um jogo em que o receptor, assumindo o papel de um *voyeur*, as toma como sua própria apreensão de determinada situação, como o demonstra o olhar guiado da audiência, praticamente hipnotizada, a determinado tipo de narrativa ficcional no cinema e na televisão.

Nos últimos anos, inúmeros estudiosos da comunicação de massas debruçaram-se sobre a questão da recepção das mensagens veiculadas pela mídia e sobre quão *passiva* seria realmente sua apreensão por parte do grande público. Parece importante destacar aqui um estudo brasileiro específico sobre essa questão, uma vez que, com acuidade, vem complementar nossas observações relativas à absorção do discurso visual. O autor, analisando o discurso jornalístico em manchetes de revistas de grande circulação nacional, e a relação entre emissor e receptor estabelecida naquilo que ali denominou “contratos de leitura”, afirma:

“Nesses termos, pode-se dizer também que uma das conseqüências dos contratos de leitura é a própria construção da noção do real, na medida em que visam, dentre outras coisas, levar o sujeito para o interior das cenas ou para apontá-lo à realidade, a saber, o objeto construído discursivamente. É próprio dos contratos fazer o sujeito trabalhar, porém sempre no interior das ‘engenharias’ e ‘gramáticas’ dos próprios sistemas produtivos dos discursos” (FAUSTO NETO, 1995: 201).

Como veremos em relação às imagens que apresentamos a seguir, o mesmo raciocínio pode aplicar-se com propriedade a conteúdos de natureza predominantemente figurativa, nos quais a eventual participação do receptor no preenchimento de hiatos, vazios ou nas continuidades e desdobramentos que apelam à sua imaginação, responde e atende à formulação do discurso visual previamente concebido pelo emissor da mensagem, ou seja, àquele *real construído* e por ele proposto na emissão.

Um aspecto importante de distinção entre as mensagens escritas e as visuais, entretanto, é que as últimas apresentam a particularidade de impressionar imediatamente os sentidos, e logo o aparelho psíquico como um todo, o que ocorre de forma relativamente fixa e durável, já que tendem a ser apropriadas, retidas e evocadas pela memória com muita facilidade.

Embora seja possível distinguir nas imagens um discurso articulado, tanto quanto num texto escrito ou numa fala, este em geral não se apresenta enquanto tal ao receptor. Intrínseca à representação, sua retórica está presente em tudo que ali se encontra, desde a escolha de materiais e técnicas ao objeto representado e à relação entre seus componentes; no claro, escuro e sombreado, nas cores, na forma, qualidades que “adjetivam” o objeto representado; no que foi “revelado” e no que foi omitido, nos lugares ou veículos de comunicação onde é divulgada.

Entretanto, mormente na publicidade, na maior parte das vezes desde a sua própria autoria, esse discurso não é explícito: ele se articula implícita ou até subliminarmente, e a receptividade do público às suas mensagens tende a ter lugar de forma passiva e sem crítica.

A representação visual simultaneamente apresenta, assim, a propriedade de “falar” muito diretamente aos afetos, aos aspectos emocionais de seu público, e a manipulação dessa qualidade caracteriza inúmeros artefatos visuais, fundamentalmente aqueles produzidos com a finalidade de veicular propaganda, seja de consumo, política ou ideológica. Portanto, quando a imagem “escandaliza”, podemos estar quase certos de que seu(s) autor(es) desejaram provocar também essa reação, visando fins determinados.

Dessa forma, podemos dizer que as representações visuais e o discurso nelas contido praticamente nos “tomam de assalto”. A possibilidade de crítica ou de rejeição das mensagens veiculadas visualmente exige alto grau de reflexão, conhecimento, informação, ou convicções muito determinadas, e, ainda assim, permanece o fato de que são retidas a nível subconsciente. Afora essas condições, a imagem na mídia tende a ser completamente aceita ou “assimilada”, o que parece tornar claro um certo caráter “perverso” do “artefato” visual.

Enquanto a linguagem escrita é constituída de signos convencionais, dispostos em seqüência linear e destituídos de relações naturais, ou motivadas, entre significante e significado, a *iconicidade* caracterizaria uma mensagem composta de signos icônicos, analógicos e dispostos numa configuração global e contínua. Neste caso, o próprio formato ou disposição visual do significante já nos levaria ao significado, a exemplo do que ocorre com os sinais de trânsito (BLIKSTEIN, 1988: 72).

Em função de sua economia e rapidez de decodificação, apresentaria a vantagem de comunicar um máximo de informações ou significados com um mínimo de signos. Essa parece ser a razão pela qual os próprios signos lingüísticos passaram a ser visualmente trabalhados em marcas, logotipos etc., que necessitam, entretanto, ser muito repetidos, numa espécie de *condicionamento*, para adquirirem os “dons” da imagem no que se refere à sua captação imediata, isto é, serem instantaneamente associados a seus referentes.

Podemos observar nas imagens produzidas, que se constituem em pelo menos parcela da realidade cultural, alguns aspectos relativos às elaborações oníricas. Aí também estariam presentes o que a psicanálise reconhece como *conteúdo manifesto* e *conteúdo latente* de diversas formações do inconsciente, e os mecanismos que Freud denominou de *condensação* e *deslocamento* – fatores que talvez expliquem a “aderência” psíquica de algumas representações visuais. A condensação se define quando “uma representação única representa por si só várias cadeias associativas” e “é então investida das energias que, ligadas a estas diferentes cadeias, se adicionam nela”. (LAPLANCHE e PONTALIS, 1986: 129).

O deslocamento é o “*fato de a acentuação, o interesse, a intensidade de uma representação ser suscetível de se soltar dela para passar a outras representações originariamente pouco intensas, ligadas à primeira por uma cadeia associativa*”. (LAPLANCHE e PONTALIS, 1986: 163-164). O lingüista Roman Jakobson (1963: 65-66) chegou a relacionar os mecanismos inconscientes descritos por Freud com os processos retóricos da metáfora e da metonímia, por ele considerados os dois pólos fundamentais de toda a linguagem; e foi assim que aproximou o *deslocamento* da metonímia, onde é a ligação de contigüidade que está em causa, enquanto o simbolismo corresponderia à dimensão metafórica, onde reina a associação por semelhança.

Inúmeros outros conceitos da psicanálise, hoje incorporados à cultura mais ampla, podem ser de grande valia na análise de imagens. Aí se inclui notadamente o conceito de *imago*² e a descrição de mecanismos de defesa do ego como *projeção*³ e *identificação*⁴, além da *idealização*.

Considerando que ideologias podem ser *iconizadas* e que as imagens são capazes de nos transmitir conteúdos de natureza emocional, parece possível examinar a retórica presente em representações visuais, na medida em que se pode considerar o contexto histórico-social no qual foram produzidas, bem como as finalidades de seus emissores.

Imagens do judeu e do “ariano” no *Der Stürmer* – um caso paradigmático de “iconização” de ideologias

A partir dessas considerações, passamos a examinar um caso paradigmático de retórica visual. Focalizaremos algumas representações do elemento judaico e do “ariano”, encontradas num jornal dirigido às classes populares alemãs, o *Der Stürmer*.

Fundado na cidade de Nuremberg em 1923 por Julius Streicher (1885-1946), veemente ideólogo do nazismo e do anti-semitismo, o *Der Stürmer* fez parte do cotidiano da Alemanha durante o III Reich, quando era disposto em diferentes cidades, dentro de caixas protegidas de exposição nos locais de maior confluência de público. Essa publicação, apesar de não ter sido um órgão oficial do Partido, constituía-se num veículo “paralelo” muito eficiente, útil e em grande sintonia com os propósitos do nazismo em relação aos judeus, motivo inclusive de uma tolerância atípica de Adolf Hitler para com os desafios à sua autoridade por parte de Streicher.

O lema do jornal, que, impresso em todas as suas edições, afirmava sem pejo “*Die Juden sind unser Unglück!*”, e se traduz literalmente para o português como “*Os Judeus são a nossa Infelicidade!*”, já seria suficiente para informar que o incitamento ao preconceito e o ódio aos judeus seria a tônica dominante do periódico, ideologia à qual as figurações renovadas a cada número viriam apenas ora acrescentar elementos, ora pretensamente justificar.

O surgimento da publicação deu-se no contexto da República de Weimar, constituída ao final da I Guerra Mundial, que configurava politicamente a Alemanha dentro dos parâmetros de uma democracia parlamentarista e, portanto, plural. Durante

esse período eram toleradas e, de fato, proliferavam mensagens políticas, muitas vezes contidas em imagens, de diferentes partidos, expressando seu espectro ideológico, que ia da extrema-direita nazista ao comunismo.

A ascensão de Hitler ao poder, a 30 de janeiro de 1933, assinala um momento a partir do qual um governo totalitário por excelência assume o comando político do país, e o quadro dos meios de comunicação de massas, então com Goebbels, modificar-se-ia inteiramente, alinhado às transformações políticas, sociais e econômicas que tiveram lugar com a instauração do regime.

A seguir apresentamos uma pequena seqüência de imagens que ilustram com muita clareza as afirmações precedentes. Estas expressam visualmente as teses de pureza racial do “ariano”, que deram sustentação às Leis de Nuremberg (1935), e os mitos re-editados a partir do texto apócrifo *Os Protocolos dos Sábios do Sião*, que fundamentavam a recusa do judeu como cidadão de pleno direito, o ódio e as perseguições que começavam a ter lugar de forma bastante visível.

Figura 1



Der Stürmer, nº 26, 1934. “A aranha. Muitas vítimas são enredadas na teia, pegas por palavras lisonjeiras. Rasgue a teia da fraude e liberte a juventude alemã”.

A imagem acima apresenta uma jovem sendo cortejada ou seduzida por um homem judeu. Essa distinção deveria parecer suficientemente clara apenas pelo contraste entre seus traços fisionômicos e aqueles da “ariana”, mas, para que não

restassem dúvidas de nenhum tipo, a estrela de Davi que traz acima da cabeça torna inequívoco o grupo étnico-religioso a que a figura masculina se refere. Na legenda, os dizeres sugerem uma ameaça e antecipam uma resposta à mesma: “A *aranha. Muitas vítimas são enredadas na teia, pegas por palavras lisonjeiras. Rasgue a teia da fraude e liberte a juventude alemã*”.

O discurso visual e verbal se estrutura propondo ao leitor o estabelecimento de uma pronta *identificação* com a figura da *ariana*. A forma como esta se delineia em primeiro plano, com contornos delicados, proporcionais e simétricos, definida ali como *representante de uma juventude alemã* pura e ingênua, e que se vê ameaçada, concorre para sua *idealização*.

Ao *projetar* na representação caricatural, fragmentada, desproporcional e animalizada do judeu os atributos da malícia e da fraude, ardis dos quais o receptor deve se proteger tanto quanto a jovem *ariana*, o emissor estabelece uma aliança com o leitor, ao mesmo tempo que enuncia uma forte *oposição* entre os dois grupos humanos ali identificados e representados.

As representações, dispostas numa proximidade que só faz evidenciar o suposto *contraste* entre elas, *realizam* por si mesmas, nessa configuração, o conteúdo ideológico do discurso visual racista ali implicitamente enunciado. Ali, enfim, o criador de imagens, ao subtrair à figura o dorso, obteve o efeito desejado de subtrair-lhe também (à representação do judeu) a *condição humana*, para compará-lo às aranhas que enredam, em suas teias, os *arianos* desavisados.

Proliferavam no *Der Stürmer* representações de jovens alemãs vitimizadas sexualmente por judeus do sexo masculino. Temos exemplos de imagens desse tipo pelo menos desde 1925, em plena República de Weimar, alegoricamente antecipando em dez anos, portanto, a instauração das acima citadas Leis de Nuremberg, que vieram proibir os casamentos entre “arianos” e judeus e até mesmo, em uma ingerência ainda maior do Estado na vida privada, vetariam o relacionamento sexual entre elementos dos dois grupos.

Essas leis de “proteção racial”, cujos objetivos expressos ligavam-se à preservação da “pureza do sangue ariano” e que deveriam ser entendidas como algo equivalente a *medidas sanitárias* segundo a lógica do nazismo no poder, visavam, de

fato, conter a integração de elementos de diferentes grupos étnico-religiosos à sociedade alemã então em curso com o processo de industrialização do país e tendências modernizantes daí decorrentes.

Numa edição de agosto de 1935 (figura 2), reforçando a política racial vigente, o jornal traz personagens análogos numa situação explícita de sedução, caracterizando o apelo pornográfico de que a publicação se utilizava.

Figura 2



Capa do *Der Stürmer*, agosto 1935.

Ali, o aziago número de um dia 13 do mês, impresso na folhinha (ao lado esquerdo do porteiro do hotel), prenuncia um quadro de suspense. A expectativa na face do personagem masculino, frente à seriedade da personagem feminina, induz o leitor a perceber a figura da jovem mulher como vítima ingênua numa situação de extorsão, engodo ou perversão por ele manipulada.

Aqui temos que levar em consideração a mentalidade vigente na Alemanha dos anos 30 e 40 acerca da organização familiar e das relações entre gêneros, para dimensionar o quanto a alusão em questão significaria uma agressão a padrões morais e aos costumes aceitos pelo público leitor médio, bem como o grau da ameaça representada, em relação à “ariana”, pelo elemento judaico, apontado como o

responsável pela dissolução dos costumes na sociedade alemã em inúmeras instâncias pelo aparato de propaganda nazista.

Outra representação de 1935 (figura 3) também alude à passividade e inocência da mulher ariana frente ao médico judeu que a observa maliciosamente, enquanto esta jaz inerte, talvez inconsciente e entregue como objeto à sua contemplação. Nas legendas apenas se lê: *Um médico judeu e sua paciente*. Tudo o mais seria inferido pelo próprio leitor, com base nas demais edições, bem como no conjunto das peças de propaganda divulgadas pelo regime, que converteria a idéia de uma pretensa “pureza racial ariana”, aqui invocada apenas visualmente, numa legislação cuja infração previa rigorosas punições.

É interessante apontar que, nas três imagens, tal suposta “pureza” racial se associa à inocência e juventude da “ariana”, ameaçadas pela degradação moral implícita na figuração do elemento judaico de sexo masculino, invariavelmente mais velho e perverso. Tais noções, também aplicadas ao campo econômico, caracterizariam grande parte da iconografia nazista oficial relativa a “arianos” e judeus em cartazes ou folhetos do partido no período anterior e durante o regime⁵.

Figura 3



DS N° 17, 1935. *Um médico judeu com uma paciente do sexo feminino.*

“Alegorias” dessa natureza, ou seja, essa exposição de pensamentos em forma figurada, mesmo se criticadas conscientemente, podem exercer considerável influência no psiquismo, aderindo ao subconsciente dos indivíduos. Esse fator, embora de difícil

mensuração, tem importância inegável no estabelecimento ou “reforço” de estereótipos e preconceitos.

A função dessas imagens é clara: estabelecer uma “desconfiança básica”, uma distinção marcante, e então um abismo intransponível entre judeus e “arianos”, calcados não mais na questão religiosa, mas na racial; afirmar e reafirmar a impossibilidade de relação entre os “dois grupos raciais” através do estabelecimento de uma distinção imaginária de valores e “níveis civilizatórios” entre eles. Assim o regime justificava a absurda legislação racial que vinha sendo implantada.

Uma das primeiras medidas do nazismo no poder foi o incentivo ao “boicote às lojas” de judeus, ainda em abril de 1933, e a imposição de restrições “legais” à sua atuação profissional como forma de cerco econômico, visando, em última instância, sua exclusão total da sociedade alemã.

Inicialmente proibiram-se seu exercício em cargos públicos, nas forças armadas, e que se mantivessem como proprietários de jornais e bancos, seguidas do impedimento a profissionais liberais de atender clientes da raça “ariana”, medidas implementadas através de leis de “proteção da raça ariana” que entraram em vigor entre 1933 e 35.

Mas rompimentos com os direitos civis e a legalidade, conspirações, traições, deveriam então justamente ser considerados atributos exclusivos da minoria judaica, ou melhor, de todos os judeus, internacionalmente organizados. Assim, a edição especial do *Der Stürmer* de 1936 (figura 4) dedica-se aos *Protocolos dos Sábios do Sião* – texto apócrifo que apareceu na Rússia czarista na primeira década do século XX e chegou à Europa Ocidental entre 1919 e 1920.

A fraude literária vai ser o fundamento da tese nazista sobre a pretensão de domínio do mundo pelos judeus, em permanente destaque nas páginas do *Der Stürmer*. Esse plano estaria em curso e poderia ser evidenciada nos campos da economia, da política, da cultura, em todos os países onde houvesse judeus, de Washington a Paris e de Londres a Moscou.

A conspiração judaica universal, em última instância, visaria a destruição das sociedades cristãs através da ação de agentes internos nela instalados, os judeus, que agindo sempre dissimulada e falsamente, concorreriam para sua progressiva deterioração, até a derrocada final. Vem daí o caráter demoníaco desses agentes,

retratado na imagem que se segue, onde na primeira página da edição especial de 36 do *Der Stürmer*, dois “judeus” de feições diabólicas sorriem diante de um cenário de chamas e destruição.

Figura 4



Capa do *Der Stürmer*, 1936, edição especial sobre *Os Protocolos dos Sábios do Sião*.

Norman Cohn (1967) assinala em *Warrant for Genocide-The Myth of the Jewish world-conspiracy and the Protocols of the Elders of Zion* o importante papel de Alfred Rosenberg no estabelecimento desse mito dentro da propaganda nazista. Os *Protocolos* foram oficialmente divulgados pelo nazismo no poder, chegando a ser prescritos como livro-texto básico para as escolas pelo Ministério da Educação de Hitler. Sua pretensa credibilidade talvez se devesse em grande parte à possibilidade de associar esparsos dados de realidade à grande trama fantasiosa do texto.

Judeus na política, no movimento comunista, na cultura, na educação? Sim, existiam de fato. Tratava-se apenas de estabelecer supostas conexões entre eles e atribuir-lhes os fins demoníacos de sua atuação contidos no texto. Por melhores que

parecessem suas intenções, seriam identificáveis apenas como parte de sua “orquestração” e de seu incrível poder de dissimulação. O “mito” jamais poderia ser refutado com base em argumentos racionais pelo próprio fato de tratar-se de um mito.

Dessa forma, quando se encontravam perseguidos e quase completamente dizimados na Europa em 1945, os judeus, através de sua suposta organização secreta mundial, seriam ainda responsabilizados pela derrota de Hitler na II Guerra Mundial nas páginas do *Der Stürmer*.

A idealização do “ariano” dentro da doutrina racial, assim como o anti-semitismo, parecem revelar por inteiro as teses políticas do nacional-socialismo. A luta contra uma suposta conspiração judaica internacional e a *demonização* do judeu, da qual simultaneamente origina-se e resulta numa circularidade de idéias imune a qualquer possível argumentação, constituíam o foco principal dessa ideologia.

Como esperamos ter demonstrado, tais pressupostos ideológicos encontram-se presentes nas formas de figuração do judeu e do “ariano” aqui expostas, e que representam apenas uma pequena parcela de um grande acervo iconográfico.

A retórica visual das representações à luz de algumas considerações psicanalíticas

Não nos surpreenderia se, a muitos leitores, algumas imagens aqui apresentadas parecessem “familiares” e “naturais” em certos aspectos, mesmo que não houvessem tido qualquer contato prévio com as mesmas nem portassem qualquer conhecimento a respeito do tema.

Essa possível familiaridade talvez se deva a alguma padronização mundial dos desenhos figurativos utilizados em publicidade nessas décadas, mas também a que a extensão de atributos físicos de beleza, juventude e saúde a “boas” qualidades morais e culturais e a aplicação de seu reverso, que pudemos observar na retórica visual empregada pelo *Der Stürmer*, e que caracteriza tão fortemente as teorias racialistas, é também um recurso muito disseminado como linguagem em várias produções da cultura ocidental, nos contos de fadas, no romance, no cinema e na propaganda, entre outras.

Emerge então a questão de como distinguir a retórica ideológica particular que pretendemos abordar dentre todas as demais.

Tomemos uma comparação com os contos de fadas como um exemplo que poderá servir para ilustrar também os demais casos. Nas narrativas dos contos infantis, “os processos internos são externalizados e tornam-se compreensíveis enquanto representados pelas figuras da estória e seus incidentes”, como nos informa Bettelheim em seu famoso trabalho a respeito da função psicológica desse gênero literário para o desenvolvimento emocional da criança (BETTELHEIM, 1980: 33).

Inversamente, nas peças de propaganda nazista examinadas, se pretendia forjar como *reais*, históricas, palpáveis, concretas, as diferenças que nos personagens dos contos revelam-se como *metáforas*, dinamizadas sob a forma da luta do *bem* contra o *mal*. É forte o apelo dessa dinâmica em todo material cultural, pois corresponde à expressão de uma clivagem que é interna à personalidade de cada indivíduo, em maior ou menor grau.

Para Melanie Klein, o momento do desenvolvimento da personalidade mais marcado pela cisão se dá num estágio muito precoce do desenvolvimento emocional, denominado *fase esquizo-paranóide*, no qual o ego, sofrendo ansiedades arcaicas, características das psicoses, utiliza uma forma mais ou menos típica de defesa de alguma integridade, ainda que mínima, e que, do ponto de vista evolutivo, é provisória.

Essa fase, na qual atuam intensamente os mecanismos de defesa do ego de *projeção* e *introjeção*, caracterizar-se-ia pela cisão do objeto primitivo real. A projeção do amor ou bons atributos configurar-se-ia na forma de um objeto *idealizado* inteiramente bom, perfeito, inatacável; a *projeção* do ódio ou de maus atributos adquiriria a forma de um objeto que acaba tornando-se assustador e *persecutório*. O estágio que se segue à posição esquizo-paranóide seria a *posição depressiva*, na qual se dá a síntese entre os aspectos odiados e amados do objeto, dando assim “*origem a sentimentos de luto e culpa que implicam progressos vitais na vida emocional e intelectual do bebê*” (KLEIN, 1991: 22).

Todos os elementos do discurso contidos nas imagens aqui reproduzidas nos remetem à descrição, dentro da teoria kleiniana, do universo mental correspondente à posição *esquizo-paranóide*, na qual a forte *identificação projetiva*, a divisão entre *objeto bom* e *objeto mau*, o *splitting*, e os ataques à realidade dificultam ao indivíduo perceber

sua própria agressividade, intensamente *projetada* nos objetos, que se tornam então objetos persecutórios, fontes de grande angústia.

Sob esse desvio, compromete-se a percepção do real ou, como afirma Hanna Segal numa obra introdutória às teses kleinianas sobre as etapas do desenvolvimento mental e emocional: “Visto que, no desenvolvimento patológico, a experiência da realidade é sentida primariamente como uma perseguição, há um violento ódio de toda experiência da realidade, externa ou interna...” (SEGAL, 1973: 67-68).

Esses conceitos de Melanie Klein, formulados dentro do contexto psicanalítico, a partir da prática clínica com indivíduos, se entendidos como “estruturas mentais universais”, podem oferecer alguma luz ao entendimento dos fenômenos sociais mais amplos.

Assim, a “loucura coletiva” do nazismo, registrada tanto iconograficamente como sob a forma de discurso verbal (oral e escrito) nas expressões culturais e artísticas veiculadas pelo Partido Nazista na Alemanha desde 1920, encontra nessa teoria psicanalítica chaves interpretativas capazes de desvendar, pelo menos parcialmente, a penetração de seus recursos persuasivos, e também de suas conseqüências.

Fome, desesperança, crise de identidade, ausência de recursos e de autonomia marcavam o contexto sócio-econômico da Alemanha no período que possibilitou a ascensão ao poder de um discurso racista defendendo marcada cisão e abismos intransponíveis entre os grupos humanos que viveram, direta ou indiretamente, aquela trágica experiência humana.

Os fatos históricos que se sucederam à publicação dessas imagens vieram comprovar que as idéias ali expostas correspondiam aos primeiros passos para a consecução do objetivo de eliminação total dos grupos considerados *não-arianos*.

Pouco mais tarde, por fim, os campos de concentração e as câmaras de gás demonstrariam que a lógica insana e paranóide do nazismo que ali se articulava demandaria, em última instância, uma “solução final”, ou o extermínio desse suposto “inimigo interno” da sociedade. Este se desenhava, ali, ora na figura de uma aranha enredando a saudável juventude alemã, ora no olhar malicioso de um experiente médico judeu frente a uma jovem paciente ariana desacordada.

Considerações Finais

Com esse ensaio pretendemos demonstrar que conjuntos determinados de imagens podem ser pesquisados retrospectivamente enquanto documentos históricos, e que à luz das obras de Freud, Melanie Klein e outros teóricos, esses registros e suas re-significações, com base numa visão mais ampla oferecida pelo tempo na História, podem oferecer grandes recursos à Psicologia e à Teoria Social.

O nazismo usou de todos os meios para fazer da linguagem visual um meio eficaz para atingir e conquistar amplos segmentos da população para sua causa, aplicando no próprio discurso visual métodos coercitivos e violentos. No universo *kitsch* dessas representações, o “ariano” contrapõe-se à desfiguração, demonização ou animalização do judeu, minoria perseguida pelo regime. Estética e *visualmente*, assim, justifica-se a pretensa superioridade do elemento “ariano” como único digno representante do humano.

Conhecimentos sobre a psicologia de massas foram deliberadamente aplicados na propaganda nazista e tiveram papel sempre muito valorizado desde os anos anteriores à ascensão de Hitler ao poder. A partir de 1933, a exposição do público a seus conteúdos também passou a se dar de maneira total, e a eventual não-aceitação ou rejeição dessas mensagens já poderia ser qualificada como uma espécie de *resistência política*, exigindo alto grau de consciência e elaboração, além de grande coragem pessoal no enfrentamento cotidiano com o “senso comum” de uma massa que passa a ganhar grande coesão em torno de uma ideologia, já então dominante.

Uma das características mais essenciais dos regimes totalitários no século XX é que, através do controle rigoroso sobre os meios de comunicação de massas, estes buscavam modelar a percepção dos indivíduos construindo, ou configurando, um “real” forjado em sua própria ideologia, chegando a criar estilos de representação como o conhecido “realismo socialista”.

Já nas sociedades capitalistas abertas, plurais e democráticas, geralmente observamos uma espécie de *combate* entre imagens nos meios de comunicação de massas provenientes, por exemplo, de diferentes facções políticas veiculando sua ideologia, ou de mensagens publicitárias divulgando produtos de consumo como marcas

de refrigerante, cerveja, refrigeradores ou celulares, competindo pelo mesmo segmento de mercado.

Não obstante a absoluta *invasão* de imagens em disputa que nos assola, daí decorre, pelo menos, uma certa relativização do poder de persuasão de cada um de seus emissores. Entretanto, enquanto submetidos a essa realidade, as possibilidades de avaliar plenamente seus efeitos sobre nós e nossos desejos no presente vivido são relativamente restritas.

Afirmamos inicialmente que a linguagem visual não apenas reflete, como num espelho, a mentalidade vigente de uma cultura ou, pelo menos, de setores de uma sociedade em dado momento, mas seus registros, enquanto dados históricos compreendidos em sua dinâmica psico-social, podem nos fazer avançar em direção à construção de um patrimônio cultural comum a todos.

O conhecimento e a visão crítica sobre as representações estudadas, aliados à consciência histórica quanto aos pesados custos implicados na experiência nazi-fascista para toda a Humanidade, são parte desse patrimônio, o que pode converter-se num dado precioso a nos orientar frente aos desafios emergentes em novos contextos políticos e sócio-culturais, como a atual globalização.

Doutora Célia Szniter Mentlik
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Universidade de São Paulo
E-mail: cszniter@usp.br

Referências Bibliográficas:

BETTELHEIM, Bruno. *A Psicanálise dos Contos de Fadas*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1992.

BLIKSTEIN, I. *Técnicas de Comunicação Escrita*. São Paulo: Ática, 1988.

BYTWERK, Randall L. *Julius Streicher*. New York: Stein and Day Publishers, 1983.

COHN, N. *Warrant for Genocide-The Myth of the Jewish world-conspiracy and the Protocols of the Elders of Zion*. Londres: Eyre & Spottiswoode, 1967.

FAUSTO NETO, Antônio. A Deflagração do Sentido: estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 189-222.

FRIEDLANDER, Saul. *L' Anti-Semitisme Nazi: Histoire d'une Psychose Collective*. Paris: Seuil, 1971.

JAKOBSON, R. Deux aspects du langage et deux types d'aphasie. In: _____. *Essais de linguistique générale*. Paris: Éd. de Minuit, 1963. p. 65-66.

JAKOBSON, R. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1988.

KLEIN, Melanie. *Notas sobre alguns mecanismos esquizóides* (1946). In: ROCHA, Elias Mallet da; CHAVES, Liana Pinto (Coord.). *Inveja e Gratidão - e outros trabalhos - 1946-1963*. Rio de Janeiro: Imago, 1991. p. 20-43. (Obras Completas, v. 3).

LAPLANCHE, J. e PONTALIS, J-B. *Vocabulário da Psicanálise*. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

SEGAL, Hanna. *Introdução à Obra de Melanie Klein*. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

Teses e Dissertações:

SZNITER, C. *A Dimensão Visual da Propaganda Nazista: as imagens do judeu e do ariano*. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1996.

¹ Inédito na forma em que se encontra, o presente artigo resume inúmeras considerações e reproduz alguns trechos da dissertação de mestrado da autora apresentado em 1996 junto ao Departamento de Letras da Universidade de São Paulo: SZNITER, C. *A Dimensão Visual da Propaganda Nazista: as imagens do judeu e do ariano*, FFLCH/USP, 1996.

² Protótipo inconsciente de personagens que orienta de preferência a forma como o indivíduo apreende o outro; é elaborado a partir das primeiras relações inter-subjetivas reais e fantasmáticas com o meio familiar.

³ “Operação pela qual o indivíduo expulsa de si e localiza no outro, pessoa ou coisa, qualidades, sentimentos, desejos e mesmo “objetos”, que ele desdenha ou recusa em si. Trata-se aqui de uma defesa de origem muito arcaica e que vamos encontrar em ação particularmente na paranóia, mas também em modos de pensar “normais” como a superstição”. (LAPLANCHE e PONTALIS, 1986: 178).

⁴ “Processo psicológico pelo qual um indivíduo assimila um aspecto, uma propriedade, um atributo do outro e se transforma, total ou parcialmente, segundo o modelo dessa pessoa”. (LAPLANCHE e PONTALIS, 1986: 295).

⁵ Algumas dessas imagens estão disponíveis em SZNITER, C. *A Dimensão Visual da Propaganda Nazista: as imagens do judeu e do “ariano”*. Dissertação de mestrado. FFLCH/USP, 1996.