

O triunfo da beleza

A arte da propaganda

São inúmeras as considerações que o escritor Adolf Hitler teceu em *Mein Kampf* sobre o tema da propaganda de massas. Há pelo menos dois pontos que merecem ser ressaltados, por sua importância: o primeiro diz respeito à própria visão de Hitler sobre o que veicular, levando em conta o que ele pensava sobre as condições médias do receptor a ser atingido. O segundo ponto diz respeito à técnica mesmo, que chegou a níveis impressionantes de aproveitamento, tanto na etapa de preparação para o poder, quanto após sua conquista.

Hitler considerava que a propaganda sempre deveria ser popular, dirigida às massas, desenvolvida de modo a levar em conta um nível de compreensão dos mais baixos. "As grandes massas", dizia ele, "têm uma capacidade de recepção muito limitada, uma inteligência modesta, uma memória fraca". Por isso mesmo, a propaganda deveria restringir-se a pouquíssimos pontos, repetidos incessantemente. Se eram muitos os inimigos a serem atacados, para não dispersar o ódio das massas seria preciso mostrar que

eles pertenciam à mesma categoria, não ficando assim individualizado o adversário.

O essencial da propaganda era atingir o coração das grandes massas, compreender seu mundo maniqueísta, representar seus sentimentos. A massa seria como as mulheres, cuja sensibilidade não captaria os argumentos de natureza abstrata, mas seria tocada por uma "vaga e sentimental nostalgia por algo forte que as complete".

Tudo interessa no jogo da propaganda: mentiras, calúnias; para mentir, que seja grande a mentira, pois assim sendo, "nem passará pela cabeça das pessoas ser possível arquitetar uma tão profunda falsificação da verdade". A partir dessas considerações, os nazistas darão à propaganda um tratamento de longo alcance, do qual nem a produção artística escapará, como veremos a seguir.

O culto do classicismo

A arquitetura e o cinema foram dois campos de realizações particularmente cultivados pelos nazistas. A finalidade da propaganda política cercou a prática cinematográfica por todos os lados; no tocante à arquitetura, tal objetivo não aparece de imediato, mas, na verdade, também a envolve com igual intensidade.

Dados biográficos de Hitler revelam seus frustrados desejos de dedicação à pintura e à arquitetura, e ele mesmo expôs razões teóricas para suas realizações: via a arquitetura como catalisadora das artes em geral, suas formas determinariam as da pintura e da escultura.

Entretanto, as razões políticas não se encontram escondidas; pelo contrário, elas direcionam os mirabolantes projetos arquitetônicos, muitos deles já rascunhados antes mesmo da tomada do poder. A arquitetura, para Hitler, deveria expressar a grandeza de um regime, de uma época, de um povo, de uma raça; no entanto, a arquitetura não

viria apenas expressar a unidade e o poder alcançados pela nação; ela poderia também criá-los. As grandes construções despertariam a consciência nacional, reforçariam a unidade política e incrementariam o orgulho de se sentir alemão.

No pensamento hitleriano, a arquitetura teria também a função de projetar as idéias de seus realizadores no pensamento de outras nações. Berlim, a capital do grandioso império que cobriria a Europa, da Itália à Noruega, deveria ser dotada de uma arquitetura megalomaníaca, que espelhasse o esplendor e o poderio da força alemã.

O desejo de eternidade impeliu a arquitetura nazista a construir para a eternidade. "Nós criamos os monumentos sagrados, os símbolos de mármore de uma nova civilização." Fascinado pelas ruínas greco-romanas, informam Guyot e Restellini, Hitler começa a pensar sua arquitetura em termos de "futuras ruínas".

Este é um dos pontos de atração entre Hitler e Speer, o arquiteto oficial do *Reich*, autor da teoria do "valor das ruínas de um edifício". A arquitetura moderna, por sua técnica, e pelos materiais empregados, não inspiraria os sentimentos de orgulho e de heroísmo que deveriam ser repassados às gerações futuras. Lembrando-se das construções greco-romanas, Speer preconizava a utilização de materiais capazes de resistir ao desgaste causado pelo tempo. Somente a pedra e o tijolo poderiam levar a construções que não deveriam ser pensadas em função do ano 1940, nem mesmo do ano 2000, mas que deveriam se erigir, semelhantes às catedrais do passado, até os milênios futuros, conforme declarou Hitler. Mesmo que o nazismo fosse reduzido ao silêncio, suas construções haveriam de falar por si e continuar a espantar os homens por muitos milênios.

A nova Berlim imaginada por Hitler e projetada por Speer teria como eixo central a Grande Avenida, superior à dos *Champs Elysées* de Paris, com 120 metros

de largura e cinco quilômetros de comprimento, ladeada de edifícios públicos, grandes firmas, hotéis, ópera, lojas e restaurantes de luxo. Nas duas extremidades, dois grandes edifícios desenhados pessoalmente por Hitler: um reservado a grandes reuniões de massas, com uma enorme cúpula, que pudesse conter a Basílica de São Pedro e abrigar de 150 a 180 mil pessoas; o outro seria um arco de triunfo, com 120 metros de altura, mais alto que o Arco do Triunfo de Paris. Na medida em que as primeiras vitórias militares foram conquistadas na Segunda Guerra, projetos inverossímeis vieram à luz: um monumento do partido, com 225 metros de altura, a ser erigido em Berlim, e uma nova estação ferroviária, com mais de um quilômetro de diâmetro, a ser construída em Munique.

Antes de Speer, Paul Troost já oficializara com Hitler o "neoclássico monumental" como o estilo identificado com o regime. A Casa de Arte Alemã, construída em Munique, abriria espaço para exposições de pinturas e esculturas. Nela, diz Lane, já se nota a combinação do neoclássico com traços modernistas. A pedra aparece como material de superfície, assim como se adota a clássica colunata dórica na fachada do museu. Mas também aparecem as superfícies lisas, livres de ornamentos, à exceção de pequenos adornos, além da orientação horizontal aplicada a todo o edifício.

Speer reforçou a tendência neoclássica nos planos de construção dos gigantescos auditórios e praças de armas para os congressos do partido, em Nuremberg. O desenho de Speer, diz Lane, apesar de inequivocamente neoclássico, encontrava-se também influenciado pelas composições de formas abstratas dos anos 20. O neoclássico predomina nas grandes construções, como na nova chancelaria, em Berlim, e encontra-se disseminado entre artistas e intelectuais nazistas, que se julgavam os continuadores da tradição clássica da arte grega. Não se tratava apenas da pureza física ou da beleza cultural; uma determinada ima-

gem da Grécia, associada à arte dórica, era também resgatada, como assinala Palmier. A arte grega, para os artistas nazistas, era “inseparável de uma certa glorificação da crueldade — da escravatura, do militarismo e da afirmação da supremacia da raça ariana sobre os bárbaros”.

Para os artistas nazistas, na arte grega, as funções vitais do ser humano aparecem em toda sua integridade: a mulher é mãe e o homem é viril, guerreiro. Ademais, a arte grega mantivera-se imune à ação corruptora do comércio judeu e não sofrera contato com as artes inferiores: a africana e a dos movimentos de vanguarda tais como o expressionismo, o cubismo e o dadaísmo.

Há construções do período nazista em outros estilos de arquitetura, além do neoclássico, numa demonstração aparente de pluralidade e clima de liberdade. Na realidade, outros estilos nunca recuperaram o ponto mais avançado das propostas dos anos 20, contentando-se com referências arquitetônicas ao passado ancestral da Alemanha. Os muitos centros comunitários e oficinas do partido, assim como as escolas de treinamento militar para a nova elite dirigente, não tinham familiaridade com o neoclássico; ao contrário, apelavam para o sentimento nacionalista através da arquitetura militar da fortaleza medieval, com a intenção de fazer reviver uma era de cruzadas e de colonização militar.

Von Schirach, chefe da Juventude Hitlerista, e Ley, da Frente do Trabalho, defendiam a adoção de um estilo mais moderno e funcional. Entretanto, os muitos albergues de juventude e as construções da Frente do Trabalho receberam a marca do “estilo folclórico”, concebido na crença do lema “sangue e terra”, que pregava a regeneração do homem urbano pelo reencontro com suas raízes rurais. A propaganda arquitetônica nazista insistia na dimensão ideológica desses empreendimentos, visíveis também nos hotéis à beira das famosas autopistas e nas sedes

dos correios. Visava-se, comenta Lane, criar uma impressão de vida rural exatamente onde ela não existia.

Sob a direção de Feder, tal tendência ruralista chegou mesmo a ser impressa no programa de construção das casas populares, que visava a reintegração dos habitantes das cidades ao campo. Mas o programa praticamente ficou no papel, não indo além da construção de filas de casas e edifícios na periferia dos grandes centros urbanos. Feder demonstrava especial aversão pela vida nas metrópoles, responsáveis pela "morte da nação". Por causa delas, as famílias perdiam o desejo de ter filhos; a volta ao campo significava o fortalecimento da raça.

Em qualquer dos estilos adotados, a arquitetura nazista nunca perdia de vista sua dimensão simbólica. Assim como qualquer outra manifestação cultural, ela era expressão de poder, instrumento de propaganda e de incitamento ideológico.

A propaganda em movimento

A produção do cinema nazista encontra-se estreitamente vinculada ao crescimento do próprio partido. Durante a campanha eleitoral de 1930, os nazistas receberam o apoio da imprensa do Partido Nacional e Hitler ganhou espaço expressivo nos jornais da tela da UFA.

A escalada eleitoral dos nazistas teve muito a ver com a utilização do cinema, "um dos meios mais modernos e científicos de influenciar as massas", de acordo com a afirmação de Goebbels, através de seu "efeito penetrante e durável", confirmou Hippler, diretor da Seção Cinematográfica no Ministério da Propaganda, do próprio Goebbels.

Antes mesmo da tomada do poder, aparecem os primeiros curtas-metragens. Desses, foram proibidos pela República de Weimar *O Congresso Nacional do NSDAP, Os soldados marrons de Hitler chegam, A batalha de Berlim;*

já *A Juventude Hitlerista nas montanhas* e *A viagem triunfal de Hitler através da Alemanha* foram autorizados pelo regime. Outros filmes, de tipo documentário, tinham finalidades eleitorais: *Hitler voa sobre a Alemanha*, *Nosso Führer e Alemanha desperta*. Este último abordava a história do movimento nazista.

Calcula-se que foram produzidos 1 350 longas-metragens nos doze anos de domínio nazista. São comédias românticas, comédias musicais, operetas, filmes de costumes, mas também filmes de guerra e de exaltação dos valores do regime, tais como o racismo e a xenofobia. Os temas mais apreciados no cinema, segundo uma pesquisa entre jovens de doze a dezessete anos, estavam relacionados a heroísmo, espírito alemão e patriotismo. Quarenta mil escolas, de um total de 62 mil, na Alemanha nazista, dispunham de salas de projeção.⁹

Dizer que os filmes comerciais fossem apolíticos não passa perto da verdade. A sua maneira, eles exprimiam os valores do regime. Frequentemente, nas sutilezas de um diálogo, ou na expressão geral de um determinado modo de vida, a ideologia nazista irrompia com força. Em certos momentos, como o do recuo alemão na frente de batalha, o regime chegou até mesmo a incentivar esse gênero de filmes, como recurso de escapismo. Helmut Käutner foi o realizador mais expressivo desse gênero de filmes; Zarah Leander, sueca de origem, foi lançada como sucessora de Marlene Dietrich, que havia abandonado o país, e se converteu na grande vedete dos musicais nazistas, celebrizando-se em filmes como *A habanera*, *A raposa azul*, *O canto do deserto* e *O caminho da liberdade*. Marika Rökk também atraiu grande público para as operetas *O estudante pobre* e *A valsa do imperador*.

⁹ NAZÁRIO, Luís. *De Callgirl a Lili Marlene*. São Paulo, Graal, 1983. p. 49.

Noventa e seis filmes, do total dos longas-metragens, saíram diretamente do Ministério da Propaganda, criado em 1933, e chefiado por Goebbels. A primeira safra de filmes marcadamente ideológicos, de 1933, preocupa-se em exaltar a importância da militância partidária. *O SA Brand*, por exemplo, homenageia os primeiros milicianos, através da história de um menino pobre, membro da Juventude Hitlerista, e protegido de um SA. Vítima das batalhas de rua entre comunistas e as SA, o jovem herói balbucia antes de morrer: "Agora vou para o meu *Führer*...". Hans Westmar repete a dose: antes de morrer, vítima dos comunistas e judeus, a última palavra do herói é "*Deutschland*...".

O jovem hitlerista Quex, de Hans Steinhoff, fez muito sucesso, e conta a história de um jovem convertido ao nazismo, assassinado pelos comunistas quando panfletava os bairros pobres de Berlim. O roteiro é bastante sugestivo: Quex é levado a um piquenique comunista, mas se assusta com a libertinagem do ambiente. O som de uma marcha militar, ao longe, o fascina. Em casa, ao repetir a música para a mãe, é surpreendido pelo pai, comunista, alcoólatra e mau-caráter, que o obriga a cantar a Internacional, sob pancadas. Em dificuldade, Quex recebe a solidariedade dos companheiros nazistas que o protegem. Quex salva-se uma vez da morte, mas perde a mãe, asfixiada por gás. O pai acaba se "realibitando", aderindo ao nazismo: o velho cede lugar diante do novo... Enquanto agoniza, Quex tem a visão de milhares de jovens hitleristas uniformizados; e a suástica, erigida em monumento de emoção, eleva para o sobrenatural a razão de ser da existência: "E a bandeira nos leva à eternidade/ Sim, a bandeira significa mais que a morte", canta o hino da Juventude Hitlerista. A solução pelo êxtase político já fora contemplada num filme de 1932, *O rebelde*, muito apreciado por Goebbels (assim como *Os Nibelungos* e *Metrópolis*, de Fritz Lang, da década de 20). Em *O rebelde*, a alma do herói morto na

luta contra a invasão napoleônica vai passear entre as nuvens, seguida de uma massa de militantes que enchem o céu, liderados pela sua bandeira de liberdade, informam Furkhammar e Isaksson.

No tratamento da guerra, o cinema nazista exercitou duplamente seu esforço de propaganda, tanto no sentido positivo (exaltação do heroísmo nazista) quanto no negativo (a brutalidade do inimigo). A própria concepção de propaganda de Hitler se confundia com militarismo. Para ele, a propaganda devia funcionar como a artilharia antes da infantaria numa guerra de trincheiras. A propaganda teria de quebrar a principal linha de defesa do inimigo antes que o exército avançasse. *A volta*, filme de 1941, expõe a situação de opressão em que vivia a minoria alemã na Polônia. As escolas alemãs não podiam funcionar, nem podiam os alemães ouvir os discursos de Hitler pelo rádio; eram também obrigados a cantar o hino nacional da Polônia. Como se não bastasse, uma jovem alemã é violada e apedrejada até a morte porque levava no peito um cordão com a suástica nazista... Está dada, *a posteriori*, a justificativa para a invasão alemã na Polônia: a minoria alemã apodrece nas prisões polonesas, então os *stukas* e os *panzers* invadem a Polônia para libertar os alemães oprimidos...

Ingleses e russos receberam um tratamento especial em vários dos filmes políticos: eles eram escolhidos como os inimigos capitais do povo e através deles é que se deveria concluir tudo o que os alemães não eram. Em *Germanin*, de 1943, alemães heróicos e generosos lutam contra os ingleses na África. Os ingleses são apresentados como ridículos, covardes e velhaços. São imperialistas opressores e escravizam povos indefesos, como os irlandeses (nos filmes *As raposas de Glenarvon*, de 1940, e *Minha vida pela Irlanda*, de 1941) e os boers (*Presidente Krüger*, de 1941). Neste último filme, também de Steinhoff, mulheres e crianças aparecem aprisionadas em campos de concentração, mor-

rendo de fome e inanição. *Titanic*, de 1942, associa o jogo da especulação londrina com o naufrágio do famoso transatlântico. A Inglaterra, "a pérfida Albion", aparece estigmatizada como uma corrupta sociedade de classes. Em *Os Rothschilds*, de 1940, ela é pintada como um país de comerciantes, que só perde em desonestidade para os judeus.

Os russos recebem adjetivações menos lisongeiras. São brutos e alcoólatras, violam mulheres, assassinam civis, são renegados judeus que atraíam o próprio país, como no filme *Escravos brancos*. *GPU* (1942) conta a história de uma moça cuja família foi eliminada pela KGB. Os comunistas são então descritos como mongóis de crânio raspado, gângsteres, sádicos, ávidos de crimes. Já *O paraíso soviético* (1942) exhibe as câmaras de tortura da KGB e descreve os "carrascos judeus" com faces degeneradas e aparência assassina; "essa é a verdadeira face do bolchevismo", comcata uma voz em *off*.

Os franceses recebem rápida apreciação em *Vitória a oeste* (1940), quando o comentarista alude à desorganização e inferioridade deles como soldados. Não houve tempo de os norte-americanos serem contemplados com filmes semelhantes. Um curta-metragem de 1942, *A conversa de Roosevelt*, realiza uma mistura não muito clara de anti-semitismo e anticapitalismo.

O ponto mais interessante desses filmes superdoutinários reside no fato de projetarem, sobre os inimigos externos, práticas obscuras que estavam sendo alimentadas na própria Alemanha: campos de concentração, perseguição, tortura, genocídio de civis. - Em *A campanha da Polônia* (1940), a justificativa da invasão alemã aparece toda construída sobre as "intoleráveis provocações polonesas...". Esse esforço em exorcizar o presente fica de novo evidente em *Eu acuso* (1941). Nesse filme, um médico é julgado por ter facilitado a morte de sua esposa, que agonizava sem esperança de cura. A corte judicial

resolve que neste tipo de problema a decisão não podia ser deixada aos indivíduos e que a responsabilidade deveria ficar com as autoridades do Estado. No momento da realização do filme, a eutanásia estava sendo empregada legalmente na liquidação dos chamados doentes incuráveis.

O triunfo da mentira

Nos violentos filmes de propaganda antijudaicos é que o esforço inconsciente da projeção ficará ainda mais exposto. A todo custo se persegue a idéia de que o judeu é desumano e intolerável na convivência com outros povos. O ódio aberto contra os judeus parece ter envolvido os alemães numa crise de consciência. Como dizem Furkhammar e Isaksson, aqueles que achavam insuficientes as explicações públicas para tal ódio deviam se sentir perturbados e buscavam, para a racionalização desse fato, argumentos emocionais que o justificassem. Filmes como *Os Rothschilds*, *O judeu Suss* (1940) e *O eterno judeu* (1940) foram produzidos no momento exato em que estava sendo planejada a "solução final" para os judeus europeus.

Os Rothschilds mostra como os judeus, durante as guerras napoleônicas, acumulam sua fortuna à custa das discórdias entre as nações. O judeu é abordado como um animal perigoso — mãos aduncas, rosto encarniçado, olhar sádico e cúvido, vive sempre à custa dos outros. *O judeu Suss*, de Veit Harlan, conta a estória de um ministro de finanças do século XVIII, judeu, sedutor de mulheres e explorador do povo, de quem cobrava altos impostos. Acabou enforcado em praça pública. O filme obteve grande sucesso até mesmo na França não ocupada. Fora concebido para espalhar a imagem "intrinsecamente criminosa" do judeu; o filme pretendia avaliar o mal que há séculos os judeus infligiam ao povo alemão; daí a necessidade de sua eliminação. O filme foi exibido na Europa oriental

ocupada, e Himmler exigiu que os soldados das SS e os policiais vissem o filme.

Mas é em *O eterno judeu*, de Hippler, cineasta soldado das SS, que a propaganda superdoutrinária atinge níveis de absurdo. Nesse filme fica claro que a estratégia da propaganda se desorientou, fugindo a observações de Hitler, que alertava para o cessamento de sua eficácia “desde o instante em que sua presença torna-se visível”. Assistindo a esse filme hoje em dia, é possível perguntar se ele convenceria alguém pela violência de suas imagens e falas. Ou então, por destilar daquela forma suas idéias, pode-se indagar se os alemães não acreditavam que o preconceito antijudaico estivesse de tal modo disseminado, que se tornava campo fértil e fácil de exploração propagandística.

O eterno judeu é tido como um dos mais maldosos filmes já rodados. Foi apresentado como um “documentário educacional sobre os problemas do judaísmo internacional”. O filme se propõe a mostrar como os judeus realmente são “por detrás de suas máscaras”. Quando fala da sujeira dos judeus, aparecem moscas na tela. Seria mera coincidência o uso do pesticida Zykon K nos campos de concentração, perguntam Furkhammar e Isaksson? Os judeus raramente trabalham, e só o fazem sob pressão — a câmara focaliza então trabalhadores judeus descansando apoiados em suas pás. Os judeus constituem uma raça de parasitas e se espalham pela face da terra; como o judeu, o rato marrom também se espalhou pela Europa — aparece na tela um mapa e um fervilhante exército de ratos. Comentário em *off*: “São repelentes, covardes e se movimentam aos bandos”. A juventude perdera todos os valores nobres, tudo por causa de um judeu: aparece Karl Marx, acompanhado de Lassale e Rosa Luxemburgo. Os judeus corrompem a arte e a religião e não conseguem apreender o conceito ariano de beleza — aparecem alusões ao cubismo, ao expressionismo e ao jazz. Os judeus são destruidores do gosto — aparecem referências a Tucholsky,

Kerr e Reinhardt, este considerado “o judeu ditador dos palcos”, e a Einstein, “o judeu da relatividade”. O judeu se interessa por tudo o que é doentio; corrompeu a arte e a justiça; são suspeitos de qualquer coisa, por exemplo, o infanticídio — referência ao assassino de *O vampiro de Düsseldorf*, como sendo judeu.

A seqüência mais terrível do filme mostra como é feita a matança de animais, para sua comercialização: primeiramente aparecem vacas e carneiros amarrados e seus pescoços são abertos com uma lâmina; a seguir, mostra-se como os judeus aperfeiçoaram essas técnicas: os animais aparecem então desamarrados, estrebuchando no chão, com a garganta aberta, tentando fechar a boca.

Hitler logo iria proibir a vivisseccão de cadáveres. Enquanto isso, os campos de concentração transformavam-se em enormes matadouros humanos, e criaturas humanas substituíam os animais nas “experiências científicas”.

Com Leni Riefenstahl, e seus famosos *O triunfo da vontade* e *Olympia*, o cinema nazista não só propôs uma nova modalidade de filme de propaganda, mas também alcançou um nível invejável de realização estética. *O triunfo da vontade* documentou o Congresso Nacional do NSDAP e ficou pronto em 1936. Havia 135 pessoas na equipe técnica, que utilizou trinta câmaras de filmagem. Toda a magia e a comunhão mística entre o *Führer* e as massas e a solidariedade entre soldados e trabalhadores são passadas neste filme notável. Dupla grandeza de espetáculo, do evento em si e do próprio filme, que refaz e amplia a dimensão daquele. Nas palavras de Gregor e Patalas:

A câmara apanha, em angulações estáticas e simétricas, as insígnias das tropas formadas em gigantescos blocos. Em tomadas de baixo, ascendendo pelos mastros das bandeiras, sublinha as dimensões colossais do congresso. *Travellings* ao longo das formações militares acentuam a rigoro-

rosa ordem. Só, Hitler percorre o longo espaço vazio entre as formações do exército. Elevado acima deles à altura de uma casa, domina o ambiente desde o palanque. Não é mais possível distinguir se a câmara apanhou uma parada militar real ou se tudo foi apenas encenado para ela. O verdadeiro congresso do partido realizou-se somente no cinema: o filme criou o congresso.

(Apud Nazário, *op. cit.*, p. 51.)

Olympia, consagrado aos jogos olímpicos de 1936, é muito mais que um simples documentário — é um hino de exaltação à Alemanha nazista, através da glorificação da força física, da saúde e da pureza racial, miticamente fotografadas. Foram necessários 800 mil metros de filme rodados para mostrar, através do sacrifício individual de cada atleta, como essa força e essa energia forjavam a nação, aceitas pelo sacerdote intermediário, o *Führer*.

Os filmes de propaganda nazista sempre tomavam o *Führer* como referência aberta, ou não. Mesmo quando não é citado, somente através de sua pessoa é que a exposição se explicita. Filmes históricos sobre Bismarck e Frederico, o Grande, tinham o *Führer* na mira. Em *O grande rei* (1942), Varlan presta homenagem a Hitler através das atividades guerreiras de Frederico II. Nas palavras do próprio Varlan, ele havia pensado numa espécie de alegoria sobre a grandeza e a solidão de Hitler.

Riefenstahl foi muito mais longe. Nas primeiras seqüências de *O triunfo da vontade*, Hitler chega de avião como um esperado Messias. O bimotor plana sobre as nuvens que se abrem à medida que ele desce sobre a cidade. A propósito dessa cena, a cineasta escreveria: "O sol desapareceu atrás das nuvens. Mas quando o *Führer* chega, os raios de sol cortam o céu, o céu hitleriano". Pelas imagens mágicas e aliciantes de Riefenstahl, o *Führer* se porta como um demagogo/pedagogo que, feliz, conduz as massas para onde desejar. Atua como um homem

sagrado, ao cruzar os braços sobre o peito. Ele consegue condicionar os reflexos da multidão: se pede aplausos, ela os dá; se pede que ela cesse os aplausos, ela cede; se ela interrompe suas palavras com aplausos, um brilho se estampa em seus olhos e Hitler sorri para si mesmo, cheio de satisfação. Tudo estava previsto, comentaram Furkamar e Isaksson.

Nas palavras de Leiser, citadas por Luís Nazário, a cineasta mostrou Hitler de uma vez por todas, e como ele queria ser visto: "Nenhum ator era julgado digno de personalizá-lo. Nenhum outro filme sobre ele era mais necessário. Nenhum outro projeto foi elaborado".

