

# A “neutralidade colaborante” e a propaganda em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial

## “Collaborating neutrality” and propaganda in Portugal during World War II

DÉBORA CARDOSO

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa  
dcanhotocardoso@gmail.com

Texto recebido em/Text submitted on: 24/11/2016

Texto aprovado em/Text approved on: 06/04/2017

**Resumo:** Este artigo procura apresentar e compreender a dimensão e envolvimento que a propaganda de guerra teve em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial. Apesar da declaração de neutralidade, a presença da propaganda de guerra fez com que Portugal se tornasse num Estado colaborante com os beligerantes que, através das suas ações, formaram grupos de influência: Anglófilos e Germanófilos.

Neste artigo pretende-se, em primeiro lugar, dar a conhecer como é que a neutralidade portuguesa lidou com o caso específico dos agentes de propaganda de cada um dos lados beligerantes, dando destaque aos seus movimentos e estratégias. Seguidamente, tomando o caso de duas revistas de carácter propagandístico editadas e distribuídas em Portugal a partir de 1940 – *A Esfera* (pró-Eixo) e *Mundo Gráfico* (pró-Aliados) – expõe-se as mensagens e ideias que se procuraram difundir, com base na análise de registos fotográficos aí publicados. Entre 1940 e 1945 foram vários os momentos de “neutralidade colaborante” realizada em vários aspetos, inclusive na propaganda, permitindo a sua publicação. As revistas *A Esfera* e *Mundo Gráfico* defendem interesses específicos e distintos. No entanto, como se poderá ver neste artigo, apresentam os mesmos meios para fazer chegar a sua mensagem.

**Palavras-chave:** Propaganda de guerra, Segunda Guerra Mundial, Neutralidade Portuguesa, Anglófilos, Germanófilos

**Abstract:** This article aims to present and understand the dimension and the involvement that war propaganda had in Portugal during World War II. Despite the declaration of neutrality, the presence of war propaganda led Portugal to become a cooperating State with the belligerents who, through their actions, formed groups of influence: Anglophiles and Germanophiles.

This article intends, firstly, to make known how Portuguese neutrality dealt with the specific case of the propaganda agents of each belligerent sides, giving prominence to their movements and strategies. Then, taking the case of two magazines of propaganda character published and distributed, in Portugal since 1940 – *A Esfera* (pro-Axis) and *Mundo Gráfico* (pro-Allies) – where the messages and ideas that were sought to base on the analysis of photographic records published there.

Between 1940 and 1945 were several moments of “cooperative neutrality” held on various aspects, including war propaganda, allowing its publication. The magazines *A Esfera* and *Mundo Gráfico* defend specific and distinct interests. However, this article will show that they present the same means to get their message across.

**Keywords:** War Propaganda, World War II, Portuguese Neutrality, Anglophiles, Germanophiles

## Introdução

Considera-se neutralidade a atitude de imparcialidade por parte de um Estado durante um conflito armado. Um Estado que se declare neutro não deve prestar qualquer tipo de apoio aos Estados em guerra, como a cedência do seu território para ações militares ou o estabelecimento de bases militares no seu território (Andrade 1995: 319).

Portugal, apesar de ter declarado a sua neutralidade a 2 de setembro de 1939 – em comunicado na imprensa portuguesa – menosprezou a sua condição de Estado neutro ao longo da duração do conflito. Um exemplo da violação da neutralidade é demonstrado pela cedência do território açoriano às forças militares Aliadas, no final de 1940 e inícios de 1941. Pode-se assim considerar que Portugal não manteve a imparcialidade exigida a um Estado neutro durante um conflito armado, sendo considerada a sua situação uma “neutralidade colaborante”. Para além deste aspeto, também manteve relações diplomáticas e económicas com os beligerantes (Teixeira 1945: 20).

A necessidade de manter a Aliança Luso-Britânica foi um dos fatores que influenciou a colaboração de Portugal com os Aliados. A política externa portuguesa levou também a cabo manobras diplomáticas com a intenção de evitar que a Espanha se tornasse um Estado beligerante pelo lado do Eixo, o que poderia resultar num cenário de guerra na Península Ibérica. Enquanto isso, a balança comercial portuguesa lucrava com a exportação de volfrâmio e de outros produtos para os dois lados do conflito. Após o deflagrar da guerra, Lisboa tornou-se gradualmente numa das principais plataformas de circulação internacional. A sua posição geográfica, as excelentes estruturas de expedição marítima de mercadoria para o Mediterrâneo e para as Américas e a existência em Portugal de matérias-primas necessárias e vitais para os beligerantes – como o volfrâmio – atribuíam a Lisboa uma súbita centralidade para os planos de ambos os lados da guerra (Lochery 2012: 27).

Para os beligerantes, os apoios que conseguiam obter em Portugal eram bastante importantes. Apesar de ter limites territoriais reduzidos, a sua posição geográfica permitia que constituísse uma importante via de trânsito de agentes de espionagem. Lisboa era o ponto de comunicação entre a Europa Continental e o resto do Mundo (Telo 1990: 12): “Espanha e Portugal constituem hoje as únicas portas do Continente abertas sobre o Mediterrâneo e sobre o Atlântico – que quer dizer as suas únicas zonas marítimas acessíveis e livres.” (Diário de Notícias, 28 julho 1940: 1).

O país abre portas, acolhendo refugiados que trazem riqueza material e intelectual para o país. No entanto, abre-se também uma intensa guerra de propaganda entre os beligerantes.

A guerra de propaganda realizada em Portugal deu origem à formação de grupos de apoio e de defesa dos dois lados beligerantes. Para melhor compreender as mensagens difundidas por esses grupos – Anglófilos e Germanófilos – recorreremos a uma metodologia de análise comparada, confrontando a propaganda de guerra Pró-Aliada e Pró-Eixo, privilegiando como fonte os registos fotográficos então publicados. Desta forma, pretendemos desenvolver as seguintes questões:

- Que interpretações se podem retirar da análise comparada entre as duas revistas publicadas em Portugal, uma que defende a causa Aliada e outra que coloca do lado do Eixo?
- Que técnicas de propaganda utilizavam?
- Que mensagem procuraram transmitir?

## **A propaganda dos beligerantes em Portugal**

Durante o período da Segunda Guerra Mundial, Lisboa era o centro das atenções mundiais e a única cidade europeia onde tanto os Aliados como as potências do Eixo operavam abertamente. Lisboa era a capital de um país que tentava a todo o custo assegurar a sua neutralidade em tempo de guerra, mas que se via, na verdade, cada vez mais comprometido no meio das guerras económicas e políticas entre os Aliados e o Eixo (Lochery 2012: 16).

A crescente chegada de refugiados a Portugal, influenciou uma mudança de mentalidade nos portugueses. Um país que estava fechado em si próprio era nesse momento local de acolhimento de milhares de refugiados com contacto próximo com a guerra. A sua influência foi mais sentida nas regiões em que a população de classe-média urbana era mais numerosa e onde se encontravam grupos intelectuais.

A presença da propaganda realizada pelos beligerantes teve também grande impacto no quotidiano dos portugueses e contribuiu igualmente para a mudança de mentalidade, embora esta fosse em grande parte filtrada pelos meios de censura e controlo de informação. Durante o conflito, os países em guerra dependiam dos resultados da “guerra indireta”. A imagem que deixavam nas diferentes pessoas foi um fator determinante na sua campanha contra o inimigo (Cardoso 2013: 386).

Primeiramente manifestou-se a propaganda alemã, seguindo-se os ingleses e os americanos, que começaram a difundir informação em Portugal através de vários meios de comunicação, como os jornais, as revistas, folhetos, cartazes e livros, trazendo a realidade aterradora da guerra. À medida que a propaganda se disseminava, surgiam novos métodos de divulgação de informação, como a rádio e o cinema.

A reação do regime face à implantação de propaganda dos beligerantes foi vista com muita reserva, independentemente da sua origem e conteúdo: “A

nossa posição de neutralidade afirmada pelo Governo de acordo com os mais evidentes imperativos do interesse nacional e exemplarmente seguida tem condicionado a atividade jornalística e publicitária dos portugueses. Procura-se, na atual emergência defender como o bem mais precioso a unidade moral dos portugueses, de todas as paixões e ódios que a possam enfraquecer ou dividir, de modo a nunca permitir que prevaleçam os interesses dos países estrangeiros sobre a Nação portuguesa.” (Diário da Manhã, 20 Março 1942: 1).

Foi com alguma surpresa que, a partir de 1940, o regime português se apercebeu do impacto que a propaganda estava a registar. De acordo com o Boletim da União Nacional, com a divulgação de informação com fins propagandísticos “a opinião portuguesa intoxicou-se progressivamente (...) já quase não sabem distinguir a fantasia da realidade.” (Pimentel 2013: 69). Para irritação de Salazar, Lisboa, em 1941, tinha-se tornado numa frente de batalha de propaganda dos beligerantes (Menezes 2009: 258).

Para combater as referidas como más influências dessa propaganda e como forma de reforçar a neutralidade portuguesa, o regime esforça-se para controlar a sua divulgação. Os órgãos encarregues dessa função foram o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) e os serviços de Censura, com o apoio de forças policiais e alfândega.

Desde o início do conflito, existia uma maior simpatia pelo lado dos Aliados por parte da imprensa nacional (Carrilho 1989: 109). Porém, seguindo as indicações do Governo, a Censura agiu de maneira a favorecer a vinda de notícias provenientes das agências do Eixo, com o objetivo de combater a parcialidade portuguesa (Telo 1990: 26). É possível ver na imprensa portuguesa os vários anúncios dos dois lados beligerantes, nomeadamente das estações radiofónicas representantes do Eixo (“Berlim, a Alemanha fala!”) e dos Aliados (“BBC, a voz de Londres fala e o Mundo acredita”) (Diário de Lisboa, 24 maio 1942: 2).

No entanto, a luta da Censura em combater a tendência anglófila mostrou-se condenada ao fracasso. Perto do final da guerra, em 1943, segundo o SPN, apenas o jornal *Diário da Manhã* se manteve imparcial, sendo que os restantes periódicos mostravam uma clara preferência pró-aliada, que se manteve após do final da guerra (Telo 1990: 28).

## Germanofilia e Anglofilia

Durante todo o período da guerra, Portugal manteve-se neutral. Porém, tal não significou um elemento de intimidação para os beligerantes, que procuraram em continuidade fazer passar a sua propaganda. Gerou-se então uma situação inesperada: num país privado de liberdade de expressão, a propaganda conseguia espalhar-se sob todos os formatos (Ramalho 2012: 121).

Como foi referido anteriormente, desenvolvimento das ações de propaganda dos beligerantes não era bem vista pelo governo português, pois poderia reunir favoritismos e manipular a opinião pública. Tornava-se necessário proteger a sua condição de neutralidade. Mesmo assim, havia portugueses que se deixavam influenciar pela propaganda e pelos pontos de vista das nações envolvidas no conflito mundial que, com estas ações, desorientavam a opinião pública (Diário da Manhã, 4 dezembro 1941: 1).

Em relação à propaganda realizada pelo Eixo, a Alemanha neste conflito inspirou-se nas medidas de propaganda usadas pela Inglaterra na Primeira Guerra Mundial. Assim que Hitler subiu ao poder, foi criado o Ministério da Educação Popular e Propaganda, entregue a Joseph Goebbels. Assim sendo, a Alemanha tornou-se o primeiro país a criar um ministério dedicado à propaganda ainda em tempo de paz. O chefe da propaganda alemã mostrou ser muito eficiente na exploração dos meios e técnicas de propaganda, usando com grande mestria a rádio, o cinema e as encenações de rua para transmitir uma imagem de forma, poder e futuro que modela a mentalidade alemã na década de 1930. Quando os nazis adquiriram o controlo a nível interno, viraram-se para o exterior. O seu objetivo era dar uma imagem renovada da Alemanha. As transmissões de rádio noutras línguas surgem a partir de 1933.

O primeiro objetivo dos germanófilos era o de persuadir os portugueses a manter o apoio ao regime autoritário e, para tal, enaltecem a figura de Salazar, elogiando-o (Telo 1990: 94). Aproveitando o facto de Portugal contar também com um regime autoritário de direita, a Alemanha nazi começa a salientar as semelhanças do regime português com o nazi (Ninhos 2010: 30), nomeadamente relacionando a Mocidade Portuguesa com a Juventude Hitleriana (A Esfera 20 setembro 1942: 3), sendo uma das suas armas para reunir adeptos para a sua causa.

Nos primeiros meses de guerra, a propaganda do Eixo difundida em Portugal oculta a inglesa, tanto em termos de quantidade como de capacidade. A Alemanha é a primeira a criar centros de propaganda em Portugal, sendo mais tarde seguida pelos ingleses.

A Alemanha mostrou sempre uma versão de propaganda negra<sup>1</sup>. Os agentes de propaganda alemã não hesitaram em aplicar em Portugal novas técnicas e métodos de propaganda. Contudo, como nos primeiros anos de conflito, os principais jornais manifestavam uma tendência pró-aliada, o Eixo criou a sua própria imprensa de propaganda, onde se distinguiram três principais órgãos

---

<sup>1</sup> A propaganda negra baseia-se na adulteração da mensagem. O emprego desse género de propaganda foi muito utilizado durante a Segunda Guerra Mundial, quando nas mensagens difundidas se nota o exagero, minimização, ocultação ou desfiguração da informação, destacando o que mais interessa ao emissor (Pizarroso Quintero 1993: 19 e 20).

da propaganda alemã: *Sinal, A Esfera* (revista editada e publicada em Portugal) e a *Jovem Europa* (Pimentel 2006: 268). A Alemanha nacional-socialista vê em Portugal uma grande possibilidade de implantar as suas ações de propaganda, defendendo desde sempre que a vitória dos Aliados significaria o fim do Estado Novo.

Para os germanófilos, a Aliança Luso-Britânica era um logro. A Alemanha afirmava que essa aliança não era justa para ambas as partes. Procurava antes, mostrar como os interesses britânicos eram favorecidos em relação aos portugueses (Telo 1990: 137).

Por parte da Inglaterra, a propaganda realizada em Portugal foi variada e pode ser dividida em três fases: uma propaganda defensiva até 1942; uma propaganda de equilíbrio até 1943; e até 1945, uma última propaganda ofensiva (Cardoso 2014: 32).

Nas publicações editadas em Portugal, como a *Mundo Gráfico* e a *Anglo Portuguese News* (Martins 1994: 36), preferencialmente promovia-se a figura de Carmona e de personalidades mais ligadas à causa Aliada, elemento acentuado pelo facto de a Inglaterra não se identificar com o regime vigente em Portugal.

O conflito mundial é apresentado como um choque ideológico no qual se jogava o futuro dos regimes democráticos face à ameaça dos regimes fascistas. Esse era um dos trunfos que os Aliados usavam, procurando dar a conhecer as vantagens de um regime democrático através de atividades como o voto e o funcionamento de uma assembleia de deputados (Telo 1990: 65). Estas ações seriam uma forma indireta para influenciar a evolução do regime português em direção a um sistema demoliberal.

A partir de 1941, a Inglaterra apresenta melhores resultados na guerra de propaganda, conseguindo cada vez mais apoiantes. Causa impacto o lançamento da campanha “V”, de Vitória, aclamando a Vitória dos Aliados. Em Portugal, esta manifestação surge através de cartazes, tanto com objetivos de propaganda, como de publicidade de empresas ligadas aos Aliados (Telo 1990: 72).

Em 1942, também os EUA manifestam interesse em difundir a sua propaganda em Portugal de forma a reunir simpatizantes, lançando a revista *Em Guarda*. Para além das reportagens de guerra, este periódico reunia vários artigos sobre a cultura e costumes dos países do longínquo continente americano (Cardoso 2014: 33).

## **Imprensa de Propaganda – Os casos de *A Esfera* e *Mundo Gráfico***

Os jornais nacionais e regionais estavam sujeitos a censura, como estava instituído. Com a chegada de revistas de propaganda dos lados beligerantes, em 1940, o modo de fazer propaganda transformou-se. Mesmo contrariado, o governo permite a venda de publicações de propaganda, como *A Esfera*



Fig. 1. *A Esfera*, 06-07-1940, p. 1



Fig. 2. *Mundo Gráfico*, 15-10-1943, p. 1

(Figura 1), com tendências pró-Eixo e *Mundo Gráfico* (Figura 2), com tendências pró-Aliadas, de edição e distribuição portuguesa (Ramalho 2012: 124).

Ambas as revistas tinham uma periodicidade quinzenal e as suas sedes situavam-se em Lisboa. *A Esfera* era distribuída nos dias 5 e 20 de cada mês. O seu primeiro número de série foi publicado no dia 6 de Julho de 1940, sendo a sua última edição no dia 20 de Abril de 1945. *A Mundo Gráfico* era publicada nos dias 15 e 30. A sua primeira publicação foi mais tardia do que *A Esfera* (Pimentel & Ninhos 2013: 107). O primeiro número foi distribuído no dia 15 de outubro de 1940, tendo continuação para além do período do conflito, durando até Fevereiro de 1948.

A revista *A Esfera* teve como primeiro diretor Álvaro Maia, que esteve à frente das primeiras edições até Novembro de 1940, quando o cargo de diretor é assumido por um dos seus colaboradores, Félix Correia<sup>2</sup>. A direção de *Mundo Gráfico* esteve a cargo de Artur Portela<sup>3</sup>, não havendo registos de que a revista

<sup>2</sup> Devido à morte de Álvaro Maia, a revista passou a ser dirigida por Félix Correia (Pimentel & Ninhos (2013): 108) que era um Germanófilo assumido, chegando a ter entrevistado Hitler. Durante o seu percurso como jornalista, acompanhou de perto a Guerra Civil Espanhola pelo *Diário de Lisboa*. Foi autor da obra *Quem vem lá? Gente de Paz! Gente de Guerra*, em 1940.

<sup>3</sup> Artur Portela foi jornalista e escritor. Foi um dos jornalistas que esteve presente no território espanhol, durante a guerra civil, onde escreveu a obra *Nas trincheiras de Espanha*, em 1937. Foi repórter de guerra, mas também do quotidiano e do acontecimento. Republicano sem filiações, ficou conhecido por ter entrevistado Churchill.

mudasse de diretor durante a sua existência em Portugal. Estas revistas eram profusamente ilustradas com reportagens fotográficas sobre a guerra.

As reportagens fotográficas têm um cariz de propaganda militar, destinada a desmoralizar os inimigos e a encorajar os aliados durante uma guerra (Thompson 2000: 27). Tal como em toda a propaganda, a sua finalidade é a persuasão através da comunicação, promovendo ideias (Pizarroso Quintero 1993: 10). Para obter sucesso na sua campanha, o propagandista segue algumas regras/princípios de propaganda. É possível detetar a implementação de alguns deles nas reportagens fotográficas apresentadas neste artigo e publicadas pelas revistas em análise.

Nas reportagens que iremos analisar, os princípios de propaganda utilizados são os da Simplificação, da Amplificação e da Orquestração. Na regra de Simplificação, a propaganda personifica-se num só inimigo (Domenach 1975: 61). A mensagem é de fácil compreensão, com um discurso curto e de palavras simples. A regra da Amplificação faz com que se destaque o que lhe interessa. Neste caso, algumas fotografias apresentam-se em maiores dimensões (Domenach 1975: 67). A Orquestração consiste em repetir constantemente os *slogans* e os temas representados que veremos de seguida, com a análise das reportagens fotográficas (Domenach 1975: 68).

Ao ter um primeiro contacto com as fotografias, é possível ver que todas apresentam vários acontecimentos da guerra, os seus soldados, os transportes utilizados e o seu arsenal, ou seja, o poderio militar de cada um dos beligerantes. Num segundo olhar, vemos alguns aspetos que nos direcionam para uma outra forma de olhar a guerra: o lado humano da guerra. O lado humano da guerra é uma vertente que surge nas demonstrações de poderio militar. Pretende comprovar que guerra não é apenas violência e destruição, mas também é palco de alguns momentos de descontração por parte dos militares. Procura demonstrar que se trata de uma guerra indesejada, devida à pressão causada pelo inimigo.

## O poderio militar

Em relação ao poderio militar, os beligerantes pretendem, em primeiro lugar, realçar a sua supremacia. Procuram demonstrar a sua superioridade face ao inimigo, que será derrotado facilmente e que a vitória é inevitável, assim como a destruição do inimigo.

Tenta demonstrar a dignidade das suas forças em relação ao inimigo, a ideia de que o inimigo se rendeu facilmente, de uma forma pacífica e sem o recurso excessivo à violência e à luta armada.

Realçam a ideia de uma Europa condenada à opressão – caso se verifique a vitória por parte do inimigo – e anunciam uma Europa libertada se a vitória



Fig. 3. Mundo Gráfico, 30-11-1940, p. 16



Fig. 4. A Esfera, 20-07-1944, p. 18

for das suas forças. A sua vinda e conquista de territórios ao inimigo é sinal de libertação e o fim da ameaça e opressão gerada pelo mesmo. Alertam também que uma vitória do inimigo é anúncio de falsa libertação.

A ambição em derrotar o inimigo e a defesa dessa causa é elemento que importa focar. Evidenciam a união entre os países apoiantes de cada uma das causas com o objetivo de intimidar o inimigo. A intenção de intimidar o inimigo também surge na demonstração das suas poderosas armas e na exibição de troféus de guerra.

Usa-se repetidas vezes títulos que sugerem o terminar do conflito. Segundo a propaganda Aliada, o final de 1942 é considerado, “O Ano da Vitória” (Mundo Gráfico 31 dezembro 1942: 10), repetindo até ao final do conflito a ideia de que “É o fim!” (Mundo Gráfico 30 abril 1945: 16).

Na figura 3, numa reportagem fotográfica, a *Mundo Gráfico* mostra o poder da Royal Air Force (RAF) e da marinha britânica. As fotografias dos pilotos em cima do avião, a metralhadora antiaérea a ser carregada e a fotografia do militar inglês pronto para prestar serviço (Figura 3). A propaganda vinda Eixo não difere muito da construída pelos Aliados, como vemos na figura 4. Apresenta novas armas na fase final da guerra, mostrando que não se renderiam facilmente (Figura 4). Ambas as reportagens demonstram o domínio militar através do seu poderoso arsenal, com o objetivo de suscitar sentimentos de intimidação.



Fig. 5. A Esfera, 05-08-1941, p. 26



Fig. 6. Mundo Gráfico, 15-05-1943, p. 22

No âmbito do poderio militar encontramos também mensagens de propaganda que remetem para a ideia de libertação. Na figura 5, a propaganda do Eixo mostra imagens de uma cidade Lituana onde se pode ver os rostos de felicidade dos populares. Surge também, nesta reportagem, a fotografia de uma criança ucraniana a ser alimentada, demonstrando as dificuldades por que passavam essas pessoas. Com estas mensagens, o Eixo anunciava mais um ato de libertação, no âmbito da chamada “Cruzada Contra o Bolchevismo” (A Esfera 20 outubro 1942: 16). Esta campanha é referente a toda a campanha na frente Leste até à batalha de Estalinegrado e teria como objetivo o de destruir o «monstro» soviético, atribuindo uma dimensão sagrada à sua causa (Figura 5). Com a mesma intenção se apresenta a campanha Aliada, na figura 6. A mensagem que se procura transmitir é a de que os ingleses chegam a uma cidade francesa e derrotam o inimigo, libertando a cidade. Em destaque está a fotografia de uma mulher francesa a abraçar um soldado inglês, reforçando a ideia de que a causa aqui vitoriosa corresponde a um objetivo que transcende o campo político e militar (Figura 6).

## Lado humano da guerra

O lado humano da guerra é apresentado pelos dois beligerantes de forma similar, procurando associar-lhes elementos que demonstrem a sensibilidade de quem combate e um quotidiano de normalidade. Estão dentro deste âmbito a apresentação das mascotes de guerra, a representação de atos de coragem demonstrada pelos civis – envolvidos num conflito que não desejaram – e a festa que irrompe na altura em que as cidades são libertadas do poder do inimigo. Os indícios de humanidade manifestam-se através de atos de solidariedade para com o inimigo, pela demonstração de afetos para com as mascotes e pela coragem do povo perante o conflito. No que toca à demonstração de solidariedade, Aliados e Eixo difundem exemplos das suas ações que patenteiam esse espírito. A revista *Mundo Gráfico* apresenta uma fotografia em que um piloto alemão ferido é auxiliado por um soldado e um polícia, ambos ingleses (Figura 7). Com a mesma intenção, *A Esfera* publica numa reportagem o salvamento de um piloto inglês que se despenhou no mar e de como dois marinheiros alemães o resgataram, dando-lhe água (Figura 8).

As mascotes também estão presentes nos dois lados da guerra e a sua divulgação permite demonstrar a sensibilidade e descontração de quem está nas frentes de combate. Os Aliados apresentam os seus “amigos” de quatro patas, uns encontrados e outros que lhes pertenciam. Mostram também o hábito de



Fig. 7. Mundo Gráfico, 30-10-1940, p. 8



Fig. 8. A Esfera, 20-03-1942, p. 8



Fig. 9. Mundo Gráfico, 30-01-1941, p. 23



Fig. 10. A Esfera, 05-07-1942, p. 21



Fig. 11. A Esfera, 05-09-1940, p. 4



Fig. 12. Mundo Gráfico, 30-12-1940, p. 16

pintar nos seus aviões várias personagens de desenhos animados (Figura 9). A propaganda do Eixo também age no mesmo sentido, mostrando imagens em que acarinhos os animais que encontram, procurando suscitar um sentimento de empatia junto da população (Figura 10). Os animais são muitas vezes apresentados como um elemento de alento para os militares, que os faz esquecer os horrores vividos pela guerra, promovendo momentos de boa disposição.

A coragem dos civis, que sofrem com o conflito, também é destacada pelos beligerantes. Na figura 11, *A Esfera* apresenta a fotografia de um militar alemão a alimentar uma criança francesa com um ar terno (Figura 11). Do lado dos Aliados, *Mundo Gráfico* mostra como uma mulher, num momento de coragem, protege com o seu próprio corpo uma criança dos bombardeamentos a uma cidade inglesa (Figura 12). Estas duas fotografias são exemplos claros da mensagem de que se trata de uma guerra indesejada. Ambos afirmam que o conflito armado foi provocado pelo inimigo.

\*

Os dois grandes blocos em conflito – centrados na Alemanha e na Inglaterra – abordam repetidamente duas questões principais: sublinham o poderio e força militar, mas também acentuam o outro lado da guerra, uma vertente mais humana, tentando provar que a guerra não é apenas destruição. Em relação ao poderio militar, ambos os beligerantes pretendem realçar a sua supremacia e mostrar que a vitória é inevitável, assim como a destruição do inimigo. Tal facto, leva a que as fotografias que cada um dos lados divulga procurem demonstrar a sua superioridade face ao inimigo, que será derrotado facilmente, de uma forma harmoniosa e sem um recurso excessivo à violência e luta armada. A dignidade da sua causa e das suas forças em relação ao inimigo é realçada, assim como a ideia de união entre os países apoiantes de cada uma das causas, tal como a exibição das suas poderosas armas e os troféus de guerra conquistados ao inimigo procuram demonstrar.

Ambos os blocos em conflito afirmam que se a vitória for do adversário, a Europa ficará condenada à opressão, acentuando a ideia de que uma Europa libertada só seria concretizada se a vitória for a das suas forças. Reforça-se assim que a tomada e conquista de territórios ao inimigo é sinal libertação e o fim da ameaça e opressão gerada pelo mesmo. Também se deteta aqui bem presente o objetivo de intimidar o inimigo com a demonstração do poder bélico e com a exibição de troféus de guerra.

A exibição de um lado humano da guerra apresenta também bastantes semelhanças no que toca às opiniões que pretende formar. São demonstradas ações de solidariedade para com o inimigo, tendo como objetivo mostrar de que nem tudo é violência e destruição. A coragem do povo perante a adversidade e defesa do mais fraco são fatores que destacam a ideia de uma guerra indesejada, que foi forçada e incentivada pelo inimigo. Do mesmo modo, as demonstrações de dedi-

cação às mascotes de guerra por parte das tropas nas frentes de combate – assim como a importância atribuída às mesmas – permite de trazer alguns episódios de boa disposição e descontração a uma situação de violência e de sofrimento.

Por cada território conquistado ao inimigo, é transmitida a ideia de festa e libertação. Mesmo assim, apesar da alegria, não se deixa de fazer o luto pelo adversário derrotado. No contexto da conquista de territórios, a demonstração de boas intenções e de solidariedade para com o povo conquistado permite afastar a ideia de opressão que a ela poderia estar associada, assim como a denúncia do terror em que vivia essa população durante o período de domínio do inimigo.

Assim sendo, os dois lados beligerantes apresentam temas idênticos e com objetivos semelhantes. Existe, no entanto, uma ligeira divergência no que toca à cronologia da sua publicação, bem como quanto às ideias que procuraram veicular, indo ao encontro das características políticas que definem cada um dos lados beligerantes.

Do lado do regime português, a propaganda vinda dos dois blocos em guerra despertou preocupação, procurando evitar a afirmação muito definida de tendências para com um ou outro lado dos beligerantes, procurando estabelecer algum equilíbrio em relação a manifestações públicas por parte dos mesmos (Carrilho 1989: 107). Do ponto de vista da Censura exercida por parte dos militares, estas revistas eram consideradas pelos mesmos como de interesse militar, devido às fotografias de guerra que apresentavam em cada número, sendo que em 1942 essas revistas continuavam a não integrar a lista de publicações que passavam previamente pela Censura (AHM, Pasta 37/2, doc. 5).

## Conclusão

Durante o conflito, Portugal tentou manter uma política de neutralidade e uma atitude de defesa dos seus interesses que passariam pela não-beligerância. O objetivo afirmado pelo regime português era o de proteger a independência nacional, porém são visíveis momentos de uma “neutralidade colaborante”, concretizada em diversos aspetos, inclusive na propaganda realizada pelos beligerantes em Portugal e que cada vez mais fazia parte do quotidiano dos portugueses.

Em colaboração com os beligerantes – que viam vantagens em manter o território português neutro por razões geopolíticas e económicas – foram desenvolvidas as mais variadas ações de propaganda, apesar do regime se mostrar bastante reticente em relação a esta atividade no país.

A “neutralidade colaborante” portuguesa permitiu aos beligerantes a publicação de propaganda nos vários meios sociais, com referências às suas ações e posições. Com isto suscitou que se acentuasse na sociedade portuguesa a divisão entre Anglófilos e Germanófilos, defendendo afincadamente a sua causa.

No caso da propaganda divulgada em Portugal, os beligerantes pretenderam construir uma imagem de que a justiça estava do seu lado e de que uma possível

vitória do inimigo significaria uma catástrofe e um futuro de opressão. Explicam que as suas intenções são boas e que merecem toda a solidariedade e confiança dos cidadãos. Este facto é justificado através das imagens que mostram a sua ação junto das populações que ficam sob o seu domínio, ou em episódios de solidariedade para com o inimigo. A vitória traria, finalmente, a paz, atribuindo às suas campanhas um carácter de transcendência. A propaganda não só atrairia adeptos a partir da bondade das ações, mas também por meio o sentimento de guerra indesejada, da coragem e da defesa do seu território e dos seus habitantes.

Os beligerantes usam sobretudo a propaganda negra. Tentam influenciar o público-alvo e levá-lo a defender a sua causa, usando pequenos títulos para introduzir uma mensagem direta com a intenção de denegrir o adversário com insinuações e argumentos, tentando demonstrar que o inimigo é a personificação do mal e da injustiça. No entanto, procuram também passar a mensagem de que a sua ação é desenvolvida em prol do outro, garantindo auxílio para com o próximo, que é igualmente pautada por momentos de descanso entre batalhas, por sentimentos de partilha e de alegria, por manifestações de festejo e de libertação.

A arte de manipular a opinião pública através da propaganda negra, transformou-se numa guerra onde não se distinguiam civis e militares. A propaganda expandia-se em todo o lado, semeando fanatismos e ódios, tornando-se numa arma letal.

O objeto deste artigo poderá ser pertinente pois traz uma nova perspetiva de estudo da Segunda Guerra Mundial em Portugal e a propaganda difundida pelos beligerantes. Numa perspetiva do estudo da relação história-imagem, poderá abrir novos aspetos no que toca à utilização de imagens na historiografia.

## **Fontes:**

### **Arquivos**

Arquivo Histórico Militar, Lisboa, Pasta 37/2, doc. 5: vários documentos sobre as ações de Censura em Portugal (1939-1945)

### **Periódicos**

Esfera, A. Lisboa (1940-1945)  
Mundo Gráfico. Lisboa (1940-1945)  
Diário de Notícias. Lisboa (1940)  
Diário de Lisboa. Lisboa (1942)  
Diário da Manhã. Lisboa (1942)

### **Outras Fontes**

TEIXEIRA, Luiz (1945). Portugal e a Guerra. Neutralidade Colaborante. Lisboa: s.e.

## Bibliografia

- ANDRADE, Luís (1995). “A neutralidade e os pequenos estados: o caso de Portugal (1939-1945)”, *Arquipélago*, Universidade dos Açores, Ilha Terceira, 1, 319-331.
- CARDOSO, Débora (2013). “War Propaganda in Portugal (1940-1945): Analysis of photographs of the World War II in propaganda press published in Portugal”. Rollo, Maria Fernanda, Pires, Ana Paula, Novais, Noémia Malva (Eds.). *War and propaganda in the XXth Century* [Electronic Document]. Lisboa: IHC, CEIS20. 385-401.
- CARDOSO, Débora Marina Canhoto (2014). *Imagem e Propaganda durante a Segunda Guerra Mundial*. [Dissertação de Mestrado] Lisboa: ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- CARRILHO, Maria, Fernando Rosas, Júlia Leitão de Barros, Mário Neves, José Manuel Paquete de Oliveira & José Matos-Cruz (1989). *Portugal na Segunda Guerra Mundial: Contributos para uma reavaliação*. Lisboa: D. Quixote.
- DOMENACH, Jean-Marie (1975). *Propaganda Política*. Amadora: Bertrand.
- LOCHERY, Neill (2012). *Lisboa, a guerra nas sombras da cidade da luz*. Lisboa: Editorial Presença.
- MARTINS, Maria João (1994). *O Paraíso triste: O quotidiano em Lisboa durante a II Guerra Mundial*, Lisboa: Vega.
- MENEZES, Filipe Ribeiro de (2009). *Salazar: Uma biografia política*. Lisboa: D. Quixote.
- NINHOS, Cláudia (2010). *Em torno da revista Junges Europa. A Propaganda, a Cultura e a Ideologia ao serviço das relações luso-alemãs (1933-1945)*. [Dissertação de Mestrado]. Lisboa: FCSH-UNL.
- PIMENTEL, Irene Flunser (2006). *Judeus em Portugal durante a II Guerra Mundial*. Lisboa: Esfera dos Livros.
- PIMENTEL, Irene Flunser (2013). *Espiões em Portugal durante a II Guerra Mundial*. Lisboa: Esfera dos Livros.
- PIMENTEL, Irene Flunser & Ninhos, Cláudia (2013). *Salazar, Portugal e o Holocausto*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- PIZARROSO Quintero, Alejandro (1993). *História da Propaganda: Notas para um estudo de Propaganda Política e de Guerra*. Lisboa: Planeta Editora.
- RAMALHO, Margarida de Magalhães (2012). *Lisboa, uma cidade em tempo de guerra*. Lisboa: Imprensa Editorial – Casa da Moeda.
- TELO, António José (1990). *Propaganda e Guerra secreta em Portugal: 1939-45*. Lisboa: Perspectivas & Realidades.
- THOMPSON, Oliver (2000). *Uma História da Propaganda*. Lisboa: Temas e Debates.