



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

LARISSA FOSS SOCHODOLHAK

A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL PARA ALÉM DO *FRONT*:
A GUERRA E O BRASIL ATRAVÉS DAS REVISTAS DE
PROPAGANDA A *GUERRA ILUSTRADA* E *EM GUARDA*
(1939-1945)

Londrina,
2022

LARISSA FOSS SOCHODOLHAK

A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL PARA ALÉM DO *FRONT*:
A GUERRA E O BRASIL ATRAVÉS DAS REVISTAS DE
PROPAGANDA A *GUERRA ILUSTRADA* E *EM GUARDA*
(1939-1945)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito para a obtenção do título de Mestre em História Social.

Orientador: Prof. Dr. Francisco César Alves Ferraz.

Londrina
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Sochodolhak, Larissa Foss

A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL PARA ALÉM DO FRONT: a guerra e o

Brasil através das revistas de propaganda A Guerra Ilustrada e Em Guarda (1939-1945) / Larissa Foss Sochodolhak. - Londrina, 2022.

147 f: il.

Orientador: Francisco César Alves Ferraz.

Dissertação (Mestrado em História Social) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social, 2022.

Inclui bibliografia.

1. Idade Contemporânea; - Tese. 2. Segunda Guerra Mundial; - Tese. 3. Relações Internacionais; - Tese. 4. revista A Guerra Ilustrada - Tese. I. Ferraz, Francisco César Alves. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História Social. III. Título.

CDU 93

LARISSA FOSS SOCHODOLHAK

A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL PARA ALÉM DO *FRONT*:
A GUERRA E O BRASIL ATRAVÉS DAS REVISTAS DE
PROPAGANDA A *GUERRA ILUSTRADA* E *EM GUARDA*
(1939-1945)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito para a obtenção do título de Mestre em História Social.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Francisco César Alves
Ferraz
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Antonio Pedro Tota
Pontífice Universidade Católica de São Paulo
- PUC SP

Prof.^a Dr.^a Aline Vanessa Locastre
Universidade Estadual de Mato Grosso do
Sul - UEMS

Londrina, 19 de maio de 2022.

AGRADECIMENTOS

Nesses anos de mestrado, de muito estudo, esforço e empenho, gostaria de agradecer a algumas pessoas que me acompanharam e foram fundamentais para a realização de mais este sonho. Por isso, expresso aqui, através de palavras sinceras, um pouquinho da importância que elas tiveram, e ainda têm, nesta conquista e a minha gratidão a todas elas.

A Deus, pela dádiva da vida e por me permitir realizar tantos sonhos nesta existência. Obrigado por me permitir errar, aprender e crescer, por Sua eterna compreensão e tolerância, por Seu infinito amor, que não me permitiu desistir, enfim, obrigado por tudo.

Agradeço aos meus pais Marli e Wilmar (In memoriam), obrigada por desejarem sempre o melhor para mim, pelo esforço que fizeram para que eu pudesse superar cada obstáculo em meu caminho e chegar aqui e, principalmente, pelo amor imenso que vocês têm por mim. Meu pai, meu grande incentivador, inspiração para minha vida, sempre lhe dedicarei tudo que sou, principalmente a vontade de conhecimento.

Ao Prof. Dr. Francisco Ferraz, pela orientação, competência, profissionalismo e dedicação tão importantes. Tantas vezes que nos reunimos e, embora em algumas eu chegasse desestimulada, bastavam alguns minutos de conversa e umas poucas palavras de incentivo e lá estava eu, com o mesmo ânimo do primeiro dia de aula. Obrigado por acreditar em mim. Tenho certeza que não chegaria neste ponto sem o seu apoio.

A Prof.^a Dr.^a Natally, pelo incentivo e o brilho no olhar de quem ensina com tanta dedicação, que estimula quem está ao seu redor de buscar cada vez mais. Obrigada por ser meu exemplo acadêmico, além de amiga para todas as horas. Se continuo a estudar, dedico a ti esse incentivo.

Um obrigado especial às amigas Elizabeth e Elisangela, a quem realmente considero como irmãs, que sempre estiveram ao meu lado, me apoiando e torcendo por mim, me tiraram de momentos que nem eu acreditava que era mais possível e me fizeram ver a força e felicidade que existe dentro da amizade. Meu muito obrigada.

Quero também agradecer aos colegas Guilherme e Eliane, por

fazerem parte desta caminhada. Ao Marcos, meu obrigada.

Ao meu amigo Adauto, aquele que compartilhei as inseguranças e dificuldades do caminho, que crescemos juntos nesse mestrado, saindo realizados do trabalho que fizemos.

A minha querida diretora Irmã Roselha, quem possibilitou minha flexibilidade de horários, assim podendo cumprir com meu programa, sem deixar de fazer aquilo que mais gosto, ensinar.

Ao meu querido Emerson, que em pouco tempo, extraiu o melhor de mim e me incentivou na busca de meus sonhos.

“A guerra invadiu todas as esferas da vida do homem, não apenas quando o *front*
militar está ativo.”

(CYTRYNOWICZ, 2000, p. 15)

SOCHODOLHAK, Larissa Foss. **A segunda guerra mundial para além do front: a guerra e o Brasil através das revistas de propaganda *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda* (1939-1945)**. 2022. 147 f. Dissertação (Mestrado em História Social) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2022.

RESUMO

As revistas *Em Guarda* e *A Guerra Ilustrada*, estadunidense e britânica, respectivamente, foram traduzidas para várias línguas, como o português, e veiculadas em várias partes do mundo, trazendo, em seus mais de 1100 artigos, distribuídos em 108 edições, o poder que a propaganda de guerra teve entre as décadas de 30 e 40. O objetivo dessa dissertação foi analisar os discursos visuais e textuais das revistas, buscando compreender as formas de persuasão de propaganda política de guerra. Para isso, foi utilizado o método comparativo, com uma revista mais conhecida nos meios acadêmicos e outra (*A Guerra Ilustrada*) sem trabalhos catalogados até então. A comparação se deu através de variáveis em comum em sociedades distintas, ou seja, a busca por alianças. Também foram levados em conta os aportes metodológicos da História da Imprensa, considerando a produção dos periódicos, seu contexto de criação, aspectos exaltados e omitidos dentro das edições, os objetivos das publicações e suas intenções para com o público alvo. Os países aliados, de acordo com os mecanismos de propaganda dos editores dos periódicos, eram porta-vozes da democracia, liberdade e de admiráveis valores morais. Essa imagem, de nação forte, modelar, mas que dependia de muitos esforços para deter as forças inimigas do Eixo, foram propagadas durante os vários anos de guerra. Essa propaganda, que omitia seu termo pelos aspectos negativos que se ligaram a palavra, estavam escondidas em “informações”, “notícias” e nas “estatísticas”. Além de inserir as fotografias para que houvesse uma maior credibilidade do seu público. Verificamos também como o Brasil foi abordado pela revista britânica, analisando os interesses e preocupações em relação ao nosso território.

Palavras-chave: propaganda política de guerra; segunda guerra mundial; revista “Em Guarda”; revista “A Guerra Ilustrada”.

SOCHODOLHAK, Larissa Foss. **The second world war beyond the front: the war and Brazil through the propaganda magazines *A Guerra Ilustrada* and *Em Guarda* (1939-1945)**. 2022. 147 f. Dissertation (Master in Social History) - State University of Londrina, Londrina, 2022.

ABSTRACT

The magazines *Em Guarda* and *A Guerra Ilustrada*, American and British, respectively, were translated into several languages, such as Portuguese, and published in several parts of the world, bringing in their contents more than 1100 articles, distributed in 108 editions, the power of war propaganda among the 30s and 40s. The objective of this dissertation was to analyze the visual and textual discourses of the magazines, seeking to understand the forms of persuasion of political war propaganda. For this, the comparative method was used, with a magazine better known in academic circles and another (*A Guerra Ilustrada*) without cataloged works until then. The comparison was made through common variables in different societies, that is, the search for alliances. It was also taking into account the methodological contributions of the History of the Press, considering the production of periodicals, their context of creation, exalted and omitted aspects within the editions, the objectives of the publications and their intentions towards the target audience. The Allied countries, according to the mechanisms of propaganda of the editors of the periodicals, were spokespersons of democracy, freedom, and praiseworthy moral values. This image, of a strong nation, exemplary, but which depended on many efforts to stop enemy Axis forces, was propagated during the several years of war. This propaganda, which omitted its term due to the negative aspects linked to the word, was hidden in "information", "news" and "statistics". In addition to inserting the photographs so that there was greater credibility of your audience. We also verified how Brazil was approached by the British magazine, analyzing the interests and concerns regarding our territory.

Key-words: war political advertising; second world war; magazine "Em Guarda"; magazine "A Guerra Ilustrada".

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Private Scrap</i>	49
Figura 2 – Pela Liberdade p. 02.....	62
Figura 3 – Pela Liberdade p. 03.....	63
Figura 4 – Exércitos das nações Unidas avançam.....	71
Figura 5 – Ocupação britânica	72
Figura 6 – Tomada da Sicília.....	74
Figura 7 – Prisioneiros de guerra	76
Figura 8 – Aliados	79
Figura 9 – Enfrentamento heroico	86
Figura 10 – Raparigas em trabalhadoras	92
Figura 11 – Jovens na guerra	94
Figura 12 – A batalha da Grã-Bretanha	100
Figura 13 – Ataques do Eixo	103
Figura 14 – Rotterdam	104
Figura 15 – Execuções.....	105
Figura 16 – Importações e exportações brasileiras na década de 30	115
Figura 17 – Presidente da república na capital rio grandense para a exposição do Centenário Farroupilha.....	134
Figura 18 – Vargas chegando no quartel general	135
Figura 19 – A América Latina	137

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Cooperação Interamericana.....	80
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EG	Revista Em Guarda
AGI	Revista A Guerra Ilustrada
EUA	Estados Unidos da América
MOI	Ministério das Informações Britânico
BBC	British Broadcasting Corporation
GPD	Divisão Geral de Produção
COI	Escritório Central de Informações
RAF	Royal Air Force
OCIAA	Office of the Coordination of the Inter-american Affairs

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	13
1	VOCÊ DISSE PROPAGANDA? DEFINIÇÕES E MECANISMOS DA PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA	24
1.1	DEFINIÇÕES	25
1.2	O USO DAS REVISTAS: PARTICULARIDADES	29
1.2.1	Discurso Escrito e Visual para o Convencimento Político	34
2	CONTEXTO DA PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA INGLESA	42
2.1	A PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA E AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.....	42
2.2	O MINISTÉRIO DAS INFORMAÇÕES.....	44
3	POR QUE LUTAMOS?	56
3.1	OS IDEAIS DE DEMOCRACIA E LIBERDADE	58
3.2	A BUSCA DE ALIANÇAS.....	77
3.3	QUEM LUTA?.....	84
3.4	O RETRATO DO INIMIGO	96
4	O BRASIL NAS PÁGINAS ILUSTRADAS	110
4.1	ALIADO? – OS ANOS 30 E A ENTRADA BRASILEIRA NO CONFLITO MUNDIAL.....	110
4.2	O ESTADO BRASILEIRO NAS PÁGINAS DE <i>A GUERRA ILUSTRADA</i> - A CONSTRUÇÃO DE ALIANÇAS	121
4.2.1	DISCURSO VISUAL PROPAGANDÍSTICO.....	132
	CONCLUSÃO	138
	REFERÊNCIAS	141

1. INTRODUÇÃO

A Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foi um dos grandes acontecimentos do século XX. O final da década de 30 e o início da década de 40 viram um jogo de poder que passava pelos armamentos, pela economia, política, mas ia além. Buscava-se convencer governos, militares, civis, pais e mães, seus filhos, homens e mulheres, de que o esforço para o campo de batalha era tão necessário quanto a alimentação para sua sobrevivência, que o futuro de cada nação dependeria do resultado da disputa.

O discurso persuasivo apresentava-se tão necessário quanto uma convocação para lutar nos *fronts*. Era preciso que os povos acreditassem nas causas, defendessem os objetivos do Estado; era preciso apoio de outras nações, necessitava-se de força. Força física, coragem, mas também inteligência, convencimento, já que além de pessoas para lutar, o campo de batalha precisava de armas, e estas necessitam ser fabricadas em larga escala. As nações também precisavam ficar abastecidas e com uma economia pulsante. Portanto, a propaganda de guerra durante a Segunda Guerra Mundial, torna-se um campo fértil para o estudo dessas formas de convencimento, de persuasão política.

Como afirmou o historiador Roney Cytrynowicz, “A guerra invadiu todas as esferas da vida do homem, não apenas quando o *front* militar está ativo.” (CYTRYNOWICZ, 2000, p. 15) A Segunda Guerra viu constituir-se uma “guerra total”, um momento em que o Estado mobiliza todos os recursos chamados civis, cada pessoa torna-se um soldado, os limites da esfera do indivíduo, com sua liberdade e autonomia, são rompidos. Os Estados buscam mobilizar-se para manter toda a sociedade, seja na vida pública ou privada, a seu lado. Desse modo, há a mobilização tanto dos *fronts* interno quanto externo, dos *fronts* civil e militar. (CYTRYNOWICZ, 2000, p. 15)

Tanto a História Política quanto Militar, construíram novas possibilidades¹ de análise, novas metodologias e abordagens, englobaram novos objetos, e estão associadas a uma intensa troca interdisciplinar. Assim sendo, além das batalhas,

¹ Para ver algumas temáticas militares renovadas ver as obras CASTRO, Celso; IZECKSOHN, Vitor; KRAAY, Hendrik. **Nova História Militar Brasileira** e RODRIGUES, Fernando da Silva; FERRAZ, Francisco; PINTO, Surama C. Sá. **História Militar**- novos caminhos e novas abordagens.

táticas, armamentos e forças de combates, passaram a ser pesquisados, tudo o que é ligado a guerra, ou seja, a preparação, sua dimensão cultural, aspectos sociais e psicológicos, bem como seu viés econômico e político. Este último elemento, é muito caro a esta dissertação, pois abre como possibilidade de pesquisa uma história político/militar para além do *front*, em que há a busca pela compreensão de algumas especificidades como as estratégias de guerra, sendo o caso das propagandas midiáticas através dos periódicos.

Como mostra René Rémond, “o político não tem fronteiras naturais. Ora se dilata [...] Ora ele se retrai ao extremo.” (2003, p. 442)². Sem dúvida, os períodos de guerra são momentos em que ocorre uma dilatação dessas fronteiras. Portanto, será analisado sob esse prisma, o papel da mídia, mais especificamente das revistas de propaganda de guerra dos Aliados. As revistas que serão abordadas nessa análise são a estadunidense *Em Guarda-* para a defesa das Américas (EG) e a britânica *A Guerra Ilustrada* (AGI), com um enfoque maior na segunda, sendo um periódico pouco abordado nos campos acadêmicos.

Desde o primeiro conflito mundial do século XX a importância da propaganda foi sentida como um instrumento de guerra sem precedentes. Não surgiram apenas tecnologias de guerra e aparatos militares baseados na força, mas também estratégias midiáticas³, difundidas através dos meios de comunicação. Em várias ocasiões a propaganda se apresentou como uma arma em combate. Os especialistas em Comunicação Helena Lima e Jorge Pedro Sousa assinalaram que a imprensa “passou a ser peça central na propaganda para a formação de correntes de opinião pró e contra a Guerra”. Em seu trabalho, os autores abordam uma revista britânica da Primeira Guerra, *O Espelho*⁴, que além de informativa foi também propagandística, difundindo, através de seus textos e imagens, o ponto de vista britânico sobre o conflito. (LIMA & SOUSA, 2017, p. 01)

Os avanços da comunicação fizeram com que as influências políticas

² Nas suas reflexões sobre o político, o autor também afirma que, embora tenha relações com outras dimensões da vida social, o político é uma categoria em si. Se relaciona com o econômico, cultural, mas não provém destes.

³ Por “mídia” e “midiáticos” serão entendidos os meios de comunicação de informações, ideias, valores e quaisquer expressões culturais, usadas individual ou coletivamente, na concepção adotada por Peter Burke e Asa Briggs, na obra “*Uma história social da mídia; de Guttemberg à Internet* (2004).

⁴ Para mais informações sobre o trabalho com a revista *O Espelho* Ler: Lima, H. e Souza, J. P. *O Espelho: infopropaganda britânica durante a Primeira Guerra Mundial*. Rev Famecos (Online). Porto Alegre, v. 24, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril de 2017.

ultrapassassem continentes, entrassem em um âmbito internacional.

A mídia na Segunda Guerra avançou com tanta força quanto os tanques nos *fronts*, sendo utilizada estrategicamente. Não se tinha apenas a força militar, mas a utilização da comunicação, enquanto importante instrumento político. Apesar de ter sido utilizada em tempos ulteriores, a intensidade para a qual foi elevada, foi sem precedentes. Eixo e Aliados buscavam combater seus inimigos das maneiras mais diversas. Destruir o oponente de forma midiática ao mundo era uma delas. Era preciso mostrar as fraquezas do outro e ao mesmo tempo sua superioridade. A cultura e a propaganda “passaram a ser consideradas materiais tão estratégicos quanto outros produtos”. (TOTA, 2000, p. 53)

A propaganda, definida por Domenach como “uma tentativa de influenciar a opinião e a conduta da sociedade, de tal modo que as pessoas adotem uma opinião e uma conduta determinada”, é caracterizada como uma “linguagem destinada à massa; ela emprega palavras e outros símbolos veiculados pelo rádio, pela imprensa e pelo cinema”, se transforma em estratégia de guerra e assume papel de regente na formação de opinião da população. (DOMENACH, 2005, p. 12)

Os projetos nacionais oriundos de países participantes da guerra chegam à grande parcela da população por intermédio de ferramentas midiáticas. Assim, política e propaganda se unem em vias paralelas, a primeira se utilizando da segunda para difundir seus planos. (LOCASTRE, 2012)

Desta forma, panfletos, jornais, cartazes e revistas foram editados com o intuito próprio de propaganda política, articulando por meio de sua edição formas de persuasão a aliados políticos e econômicos. Essa propaganda se baseia na concentração de interesses em extremos opostos, tendo, além do convencimento, um forte caráter combativo, já que, se há a busca por alianças por parte dos Estados é porque estão diante da existência de uma ameaça iminente.

Ao observar as relações diplomáticas entre os Aliados e a América Latina, especificamente com o Brasil, na década de 1940, verificamos o poder da propaganda utilizada como instrumento para a adesão desses países ao conflito. Por meio do rádio, cinema, revistas, ou até produtos, verificou-se a entrada de preceitos morais, políticos, econômicos e militares nas fronteiras latinas.

Entre periódicos datados desse período histórico, encontramos dois tipos de revistas, publicadas por órgãos oficiais de governo, que foram produzidas pelos

Estados Unidos (EUA) e direcionadas para a América Latina, em especial ao Brasil: *Seleções* e *Em Guarda- para a defesa das Américas*, publicadas na década de 40⁵.

A revista *Seleções* era uma versão brasileira do *Reader's Digest* estadunidense, revista lançada em 1922, sendo um grande sucesso de público. No Brasil, iniciou sua publicação em 1942, a pedido de Nelson Rockefeller ao Departamento de Estado norte-americano. A solicitação veio para mostrar uma imagem positiva dos EUA, apresentado como um país capaz de reverter o equilíbrio de forças, pendendo a balança de forma decisiva aos Aliados. (JUNQUEIRA, 2001)

A revista trazia destacado em sua capa a lista de títulos que faziam parte daquele fascículo. Na contracapa era apresentado o corpo editorial e outras informações técnicas. As matérias eram apresentadas sequencialmente, com uma concentração de publicidades, ou seja, dividido em seções, nas quais algumas eram somente publicidades de alguns produtos.

Nos anúncios veiculados na edição de língua portuguesa, segundo o historiador Scherer Jr. (2014), “a tônica geral imaginava para os leitores, de maneira simultânea, o contexto da Segunda Guerra Mundial e os ‘inimigos em comum’ de ‘todos’ os americanos, bem como as benesses que adviriam aos Aliados no futuro do pós-guerra”. Era a imaginação de um avanço dos países à exemplo dos estadunidenses. De acordo com Cytrynowicz (2001), era difícil perceber uma publicação tão identificada com o *American Way Of Life*.

Já a revista *Em Guarda- para a defesa das Américas*, tinha um formato um pouco distinto. Era um periódico que, segundo dados da própria revista, foi publicado mensalmente para o “*Bureau do Coordenador de Assuntos Interamericanos, Commerce Building, Washington, D.C., pela Bussines Publishers Internacional Corporations, redigida na Filadélfia, Estado da Pensilvânia, Estados Unidos, desde 08 de abril de 1941*”. (EG, 1944, p. 02) Foi produzida para ser distribuída para toda a América Latina, para isso, contava com traduções em português, francês e espanhol. Nessa revista, os Estados Unidos deveriam ser o “paradigma da América”, defendendo seus negócios em detrimento das influências nazistas, bem como a disseminação do modo de vida americano. (TOTA, 2005)

O projeto inicial da revista era denominado *Em marcha*, porém, essa conotação dava um sentido de ataque, em que os Estados Unidos estariam

⁵ A revista *Seleções* foi editada em português entre 1942 e 1970, já *Em Guarda*, entre 1940 a 1946.

enfrentando diretamente seus inimigos, em especial a Alemanha nazista. No entanto, não era esse o sentido que queria ser alcançado através das relações diplomáticas, mas sim, os Estados Unidos como uma fortaleza de democracia continental, que deveria “proteger” a América e sempre auxiliar os países americanos. Objetivo sugerido no lema da revista “*para a defesa da América*”. Por isso, o nome *Em Marcha* foi vetado pelo secretário de Estado estadunidense Cordell Hull, que sugeriu outro: *Em Guarda*. (TOTA, 2005)

O periódico era distribuído aos comitês regionais pelo Departamento de Imprensa e propaganda dos Estados Unidos, uma subdivisão do OCIAA, entre os anos de 1941 até 1945. Suas edições eram mensais e cada uma contava com cerca de quinze artigos, distribuídos em uma média de 40 páginas.

As páginas eram compostas por textos divididos em duas ou três colunas, variando de página para página, com um título geralmente em negrito, indicando sua reportagem. Dividindo esse espaço, e ocupando cerca de 60 % da página, quando não a totalidade, estavam as fotografias. As temáticas apresentadas variavam, desde notícias dos campos de batalhas, tecnologias bélicas, mobilizações dos EUA, cooperações, propaganda contra o Eixo, juntamente com imagens e reportagens que mostram a aproximação do país com as demais nações americanas. (SILVA, 2009) Ao folhear as primeiras páginas da revista, não encontramos sumário ou um corpo editorial, mas uma gama de elementos imagéticos, que se destacam aos olhos dos leitores, e direcionam a leitura.

A apresentação da capa, trazia em cada edição uma grande fotografia, que podia variar entre preto e branco ou coloridas, com uma boa resolução, que ocupava quase todo o espaço, não fosse a parte superior para o título e o subtítulo do periódico⁶. Em geral retratavam os estadistas, líderes do exército, equipamentos bélicos, ou o modo de vida americano. Na parte interior da capa, uma fotografia que cobre toda a página, e que na maioria das vezes, direciona as matérias que se apresentam a seguir. Nas demais laudas do fascículo, as reportagens dividem espaço com as fotografias, nas cerca de 40 páginas da revista, temos mais de 80 fotografias, em alguns casos, contabilizados mais de 100 imagens.

Na contracapa, na parte interna, mais uma fotografia que não deixa espaço nem para bordas, e na externa outra fotografia, com uma ótima resolução,

⁶ As três primeiras tiragens contam com um formato diferente das que a seguiram.

acompanhada de sua legenda. Importante destacar, que salvo as exceções internas da capa e da contracapa, todas as demais imagens apresentam legendas que direcionam o entendimento do leitor, pois, se é preciso ser utilizado legenda – como é o caso da maior parte das revistas do último século- é porque busca-se direcionar o entendimento sobre a imagem. Não se trata, portanto, de uma simples observação ou contemplação, pois ela está ali para cumprir uma função específica, mostrar algo que se deve estar explícito inclusive na linguagem escrita, na legenda.

O periódico não contava com publicidades. O intuito não era vender produtos, ou ter empresas financiando para isso. O seu papel principal era mais ambicioso, era vender os EUA como paradigma continental. Desse modo, destacou-se nos estudos para o presente trabalho.

Fazendo um breve balanço do que é discutido na comunidade acadêmica, no que se refere a Política de Boa Vizinhança e a revista *Em Guarda*, destaco alguns autores. Sobre a participação brasileira na guerra e a aproximação entre Brasil e os Estados Unidos acentuo os trabalhos de Antonio Pedro Tota, Mary Junqueira e Gerson Moura.

Para Tota (2000), de acordo com o governo estadunidense, a aproximação com o Brasil deveria ocorrer por vias pacíficas, garantindo assim parcerias. Desse modo, a cultura e a propaganda passaram a ser estratégicos. Nessa “sedução” a revista *Em Guarda* está incluída. Segundo o autor, os anúncios não existem e é amplamente divulgado a mobilização para a guerra, o poderio estadunidense. Sendo assim, a revista está incluída em um contexto de guerra em que EUA buscou se colocar como o paradigma americano e para isso fez um amplo uso dos meios de comunicação.

A historiadora Aline Locastre contribuiu de maneira modelar para o entendimento do contexto e conteúdo desse material impresso. Segundo Locastre (2012), em mais de 720 artigos, a revista contribuiu para o entendimento de como os Estados Unidos tentaram impedir a influência do Eixo na América. E mais, o periódico transmitia em suas páginas progresso, organização econômica, democracia e admiráveis valores morais, esforçando-se para construir uma boa imagem da nação diante da Política de Boa Vizinhança. Esses discursos, que estavam ligados aos propósitos de governo, também contribuíram para uma aproximação cultural, buscando disseminar um novo paradigma para o Brasil.

Outros estudos sistemáticos da revista são os do historiador Julio Cesar Santos Silva, que abordou a construção do Pan-Americanismo através de suas páginas, e de Carlos Roberto de Souza, o qual analisou a edição espanhola da revista, *En Guardia*, destacando a superioridade do modo de vida americano através de suas narrativas.

Sendo assim, a revista *Em Guarda*, se diferencia de *Seleções* por não apresentar em seu conteúdo publicidade, tampouco por não visar condensar obras em resumos bem escritos, mas sim elaborar narrativas próprias em artigos preparados e distribuídos visualmente de maneira a atrair o público-alvo. A propaganda está marcada pela superioridade estadunidense e Aliada no conflito e na união panamericana na guerra e no pós-guerra. Desse modo, a revista *Seleções* não foi estudada de maneira sistemática nessa dissertação.

Outro título que destaco é a revista *A Guerra Ilustrada*. Esse periódico foi encontrado em vários acervos públicos nacionais, como em Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, entre outros. Além de bibliotecas pelo mundo, como na Inglaterra, Estados Unidos, Austrália e Portugal.

Essa revista fazia parte da estratégia da propaganda política de guerra inglesa e trazia um formato muito parecido com a revista *Em Guarda*, porém, anterior à revista norte-americana. *A Guerra Ilustrada* teve duas versões: uma na Primeira Guerra Mundial, e outra que se iniciou em 1939 e teve seu término com o findar da Segunda Guerra, em 1945, essa primordial para nossa análise. O próprio nome sugeria que a imagem seria o combustível das publicações. Mas o que uma revista inglesa faria no Brasil? Quais os interesses britânicos em nosso país? Havia relações entre a revista *Em Guarda* e *A Guerra Ilustrada*? Qual o conteúdo elas abordavam? Como o Brasil era abordado pelos britânicos?

Assim sendo, havia interesses por parte dos beligerantes Aliados na América Latina, em especial no Brasil, sendo este, uma porta de entrada pela cintura fina do Oceano Atlântico e com um forte comércio com a Alemanha. Esse empenho não era privilégio apenas dos Estados Unidos, interessados na hegemonia continental. Mas também de potências europeias, as quais também realizavam propaganda política de guerra em busca dessas alianças.

Mapeando a historiografia corrente brasileira sobre a revista *A Guerra Ilustrada*, nenhum trabalho foi encontrado sobre as publicações durante a Segunda

Guerra Mundial. O que há sobre o periódico são da sua primeira versão, durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1919). O artigo “O Espelho: infopropaganda britânica para Portugal e para o Brasil durante a I Guerra Mundial” (2017) de Helena Lima e Pedro Jorge Sousa, cita o periódico como editado também em português para alcançar os territórios de Portugal e do Brasil. A pesquisadora Eliana Rela publicou “O Periódico a *Guerra Illustrada* e a memória visual da Primeira Guerra Mundial”, abordando a importância do discurso visual construído pelo Estado inglês quanto ao papel feminino.

Em buscas por trabalhos acadêmicos de outros países através de catálogos de bibliotecas internacionais, *Scholar Google*, site de museus com hemerotecas e afins, também não foram encontradas pesquisas sobre as publicações de *A Guerra Illustrada* entre 1939 a 1945. Os trabalhos identificados são do historiador inglês Jonathan Rayner, que entre 2014 e 2018 realizou pesquisas relacionadas à revista na Primeira Guerra. Seus artigos estão relacionados a representação dos submarinos, das crianças e das mulheres nos fascículos do periódico entre 1914 a 1919.

Como visto, os poucos os trabalhos encontrados sobre este periódico, tanto no Brasil quanto no exterior, dizem respeito à sua atuação durante a Primeira Guerra. Todavia, consideramos que a atuação dessa publicação durante a Segunda Guerra Mundial não deve ser negligenciada pela historiografia. Afinal, a revista fez parte de um imenso conjunto de esforços propagandísticos da Inglaterra, que foram usados como uma arma essencial no cenário da guerra. Devemos levar em conta que se tratava de uma nação que, ao mesmo tempo em que se preocupava em emanar uma imagem democrática associada à liberdade, era um império e precisava projetar poder para suas colônias, para os aliados e futuros membros partícipes da guerra, bem como manter os negócios e sua imagem internacional. E esse império se encontrava em um momento delicado, visto que perdia espaço no cenário econômico internacional para os EUA e precisava investir toda a sua força em um conflito mundial, o que deixava o país mais vulnerável economicamente.

Já o cenário continental dos Estados Unidos, com a Política de Boa Vizinhança, que foi o contexto de produção da revista *Em Guarda*, já foi bem mapeado, inclusive por autores nacionais, como já mostramos. A revista foi abordada por alguns autores como Locastre e Silva⁷, se tornando mais conhecida na

historiografia brasileira.

Sendo assim, buscamos analisar a propaganda de guerra exercida pelas publicações de uma revista complexa, bem editada, com uma impressão que não era fácil em um momento tão ímpar para a Inglaterra, e sua veiculação, que tentou atingir o máximo de leitores possíveis, através das suas traduções, alcançando inclusive o Brasil.

Para finalidade de estudos, o método comparativo será utilizado, abordando uma revista já conhecida nos meios acadêmicos, o periódico *Em Guarda*, de forma comparada ao caso da revista *A Guerra Ilustrada*. Dada a importância dessa última, feita por uma potência europeia que estava, através de vários meios, criando uma imagem de poder ao seu país, ao império e ao mundo, esta comparação buscará variáveis em comum em sociedades distintas, ou seja, a conquista de alianças. (BARROS, 2014)

Essa análise comparada é possível, já que, aproximando as revistas, ambas têm como finalidade a propaganda de guerra. Os temas utilizados, o modo persuasivo dos temas, a exaltação da nação produtora, os ataques aos inimigos; como funcionou, como essa propaganda de guerra foi projetada. As revistas têm a mesma tipologia (revistas de propaganda de guerra) mas, seus contextos são muito diferentes, em todos os sentidos. Estados Unidos, está geograficamente próximo a América Latina, logo, em um contexto de guerra, a região é estratégica num sentido prático, de proteção de seu próprio território e interesses. Deve ser lembrado que, desde antes da guerra, os EUA já tinham uma política externa delineada a América Latina.

O caso da Inglaterra não passa por essa questão. Porém, mesmo que a revista não tenha sido pensada especificamente ao Brasil (na sua versão portuguesa, o que em termos de pesquisa de mestrado não foi possível localizar), o intuito de alcançar o maior número de leitores possível e conseqüentemente de aliados, fez com que colocasse nosso país na rota dessas publicações. Desse modo, contextos distintos compartilhavam o mesmo objetivo, alcançar o maior número de colaboradores para proteger suas nações. Assim, o modo propagandístico se assemelha tanto, que até os mesmos temas podem ser encontrados em ambas as publicações. Dentro das possibilidades de pesquisa, não buscarei fazer um paralelo entre a Política de Boa Vizinhança e a política inglesa, mas sim, como esses periódicos se assemelham, como os objetivos se cruzam, mesmo em tamanha

dimensão.

Todavia, a revista *A Guerra Ilustrada*, mesmo na língua inglesa, foi pouco explorada. Por esse ineditismo e um amplo estudo sobre o caso americano, o contexto estadunidense não será novamente retomado nessa dissertação, dando ênfase ao caso britânico.

Para buscar a compreensão de qual mensagem essa propaganda de guerra buscou passar ao seu público a análise será feita através comparação em que aliados, com objetivos e contextos nacionais e de guerra distintos, tem variáveis em comum, na busca de alianças através da propaganda impressa que atingiu o território brasileiro. (BARROS, 2014) E, levando em conta os aportes metodológicos da História da Imprensa, considerando a produção dos periódicos, seu contexto de criação, os aspectos que foram exaltados e omitidos dentro das edições, os objetivos das publicações, e seu público-alvo. (ZICMAN, 1985)

No que se refere à estruturação deste trabalho, ele foi elaborado da seguinte maneira:

No primeiro capítulo, de caráter introdutório, tem-se como objetivo discorrer sobre alguns aspectos essenciais para a compreensão da mídia impressa aqui colocada como propaganda de guerra. Serão abordados as definições e os princípios da propaganda, buscando compreender o percurso criado para que ela tivesse tanta repercussão nas grandes guerras do século XX, em especial na Segunda Guerra Mundial. Essa propaganda política de guerra foi utilizada pelos estadistas da década de 40 para buscar o apoio político, econômico e militar, como também para deter seus inimigos. Veiculada através da mídia, seu alcance passou a ser intercontinental, com as revistas se renovando para transmitir os ideais dos órgãos editores. A partir dos discursos escritos e visuais, governos apostaram em órgãos oficiais voltados para a disseminação das ideias políticas. Tal enfoque faz-se importante, pois as revistas *Em Guarda* e *A Guerra Ilustrada* surgem nesse contexto para aproximar os países latino-americanos (e outros) à causa aliada em detrimento ao Eixo.

Na sequência buscamos mapear o contexto da propaganda inglesa, analisando qual o ambiente em que foi criada, lembrando que será privilegiado devido a vários estudos do caso estadunidense. Identificamos algumas agências políticas de propaganda, bem como a ligação do Estado e dos setores privados da sociedade inglesa na sua formação. Essa propaganda, que não se identificava como tal, buscava

passar como “informação”, e era amplamente produzida ou instigada pelo Ministério das Informações (MOI).

No terceiro capítulo procuramos identificar quais ideais político-ideológicos eram disseminados pelos periódicos. A busca por alianças em período de guerra, e um perigo iminente do inimigo conquistar pontos estratégicos, como o Brasil, fizeram com que a propaganda transmitisse os ideais de democracia e liberdade aos quatro cantos. Contra-atacando a propaganda do Eixo, Estados Unidos e Inglaterra buscaram a aproximação de outros países mostrando como estavam lutando para defender o mundo do mal que o assolava e como a vitória inimiga poderia levar o mundo ao caos. Para que tivessem forças para lutar, toda a população foi mobilizada, seja para proteger os países internamente ou ir aos campos de batalhas. Sendo assim, também analisaremos quem fazia parte desta força combatente, ou melhor como a força de defesa continental ou mundial era veiculada. Ainda, para que a vitória fosse possível, o poderio bélico deveria se mostrar o mais forte possível, nenhum país apoiaria àqueles que estavam fadados à derrota. Portanto, outra estratégia era mostrar essa força bélica aliada em contrapartida as péssimas características inimigas, mesmo quando o momento não estava tão propício a vitória.

Por fim, no último capítulo buscaremos analisar as tentativas de aproximação do Estado brasileiro à causa bélica. Para isso será retomado o contexto da década de 30 no Brasil e a política varguista em relação as causas político, econômico e militar, e aos países que estão numa efervescência em relação a uma nova guerra. Por meio do periódico *A Guerra Ilustrada* buscamos identificar qual os interesses ingleses no Brasil, o que buscou-se disseminar através das páginas dos fascículos, em que podemos verificar as tentativas de aproximação e as políticas inglesas adotadas em relação ao Brasil.

1 VOCÊ DISSE PROPAGANDA? DEFINIÇÕES E MECANISMOS DA PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA

O século XX abriu precedentes férteis para compreendermos o poder da propaganda no contexto de guerra. De maneira ampla, o termo guerra refere-se à luta armada entre exércitos que buscam seus objetivos por imposição da força. Este sentido, porém, foi ampliado, já que outras frentes passaram a ganhar vigor fora dos campos de batalha.

No decorrer da Segunda Guerra Mundial, a propaganda acompanhou os exércitos, e em algumas vezes, estava à frente deles. (DOMENACH, 1963) Desde o primeiro conflito mundial sua importância foi sentida como instrumento de guerra sem precedentes, uma arma de combate com seu poder disseminado nacional e internacionalmente.

A propaganda é um instrumento essencial para conectar aqueles que foram para as frentes de batalha àqueles que combatem nos *fronts* internos dos países, mantendo-os em funcionamento. Através dos meios de comunicação ela pode ser utilizada como “arma” política de dominação, de convencimento, capaz de persuadir sobre a “inevitabilidade” do conflito, sobre as intenções “puras” do exército nacional (ou de um grupo em particular), com ideais de liberdade e de busca pela paz mundial; em contrapartida do nefasto exército oponente, que deu início a uma guerra perversa por motivos irrelevantes e egoístas.

Observada em regimes ditatoriais e democráticos, ela pode também vir em auxílio dos esforços de guerra, buscando influenciar as opiniões dos países sobre neutralidade em relação ao conflito ou a que lado se posicionar, numa arte de persuasão que muitas vezes propaganda nem parece propaganda.

Para alcançar os objetivos determinados, utiliza-se de técnicas de disseminação, diversos e variados meios de divulgação como filmes, músicas, cartazes, folhetos, discursos, fotos, caricaturas, literatura, jornais e, o basilar para esse trabalho, as revistas.

Apesar de ser um instrumento político que ganhou força no século passado, a propaganda existe desde o momento em que houve competições políticas. Porém, pouco se assemelha seu uso anterior da importância que adquiriu no século XX.

1.1 DEFINIÇÕES E MECANISMOS

Em diversos momentos da História, líderes de governos, sejam políticos, estadistas ou ditadores, buscaram estimular a apreciação aos seus sistemas de governo, ou até mesmo às suas pessoas. Porém, campanhas ulteriores não se assemelham a propaganda moderna. (DOMENACH, 1963)

No século XX, a propaganda passou a designar, segundo o teórico francês Jean Marie Domenach:

[...] uma tentativa de influenciar a opinião e a conduta da sociedade, de tal modo que as pessoas adotem uma opinião e uma conduta determinada' ou ainda 'A propaganda é a linguagem destinada à massa; ela emprega palavras ou outros símbolos veiculados pelo rádio, pela imprensa ou pelo cinema. O escopo do propagandista é o de influir na atitude das massas no tocante a pontos submetidos ao impacto da propaganda, objetos da opinião'. (DOMENACH, 1963, p. 12)

Para o filósofo, político e historiador italiano Norberto Bobbio: "A Propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total." (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2008, p. 1018)

As conotações que a palavra passou a ter, principalmente após a Grande Guerra - e mais ainda após a Segunda - foram absolutamente negativas. Mesmo que utilizada nos sistemas de poder nas relações públicas, o termo passou a ser omitido por muitos, mesmo utilizando dos seus métodos. Essas más conotações se vincularam devido "ao abuso de suas técnicas para propósitos de distorção e dominação por estados agressivos." Estados estes relacionados ao nazifascismo. (MITCHEL, 1986, p. 28)

A propaganda adquiriu um carácter pejorativo. Quem fazia propaganda era mentiroso, trapaceiro, aquele que queria convencer a população de que somente o seu pensamento estava correto, aniquilando as defesas. E o contrário disso são os fatos, a verdade, a tentativa de informar e deixar a população tirar suas conclusões. Mais uma vez, quando Estados afirmam não fazer propaganda ou deixar a imprensa livre, deve haver um olhar cuidadoso por parte do historiador para não ser vítima desse tipo de discurso, aceitando-o sem nenhuma problematização.

A propaganda, considerada "uma empresa organizada para influenciar a

opinião pública⁸ e dirigi-la”, que adquiriu uma enorme importância no século XX, tem suas raízes no século anterior, pois se localiza no término de uma evolução que prepara o “campo de ação” e os “meios de ação” para tal difusão. (DOMENACH, 1963, p. 14)

Se tratando do campo de ação, relaciona-se às transformações da humanidade no século XIX. O aumento populacional mais que dobrou o índice demográfico mundial; para além disso, diante do processo da Revolução Industrial, as grandes massas migraram para as cidades, num processo acelerado de urbanização. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2008)

O indivíduo, aos poucos, foi convocado a votar e a participar das guerras, suas responsabilidades aumentam com a vida pública. Nas cidades, a agitação e a rápida transformação trouxeram medos e mudanças que “aguça a sensibilidade do indivíduo e o impele a refugiar-se nas certezas da massa⁹”. (DOMENACH, 1963, p. 16)

Referindo-se aos fatores relacionados aos meios de ação, o desenvolvimento das tecnologias da comunicação, com técnicas modernas, espalhou notícias ao mundo através da escrita, da palavra e da imagem.

No princípio, a escrita era o suporte pelo qual a propaganda era disseminada, mas sua distribuição era lenta e dispendiosa. A palavra era àquela que a voz humana alcançava; e a imagem, desenhos e pinturas com custosos processos.

A difusão da escrita, marcada pelo processo revolucionário com panfletos, livros e até enciclopédias, teve o jornal como veículo melhor adaptado, que aos poucos alcançou popularidade. Em relação a palavra, o microfone ampliou a voz humana, e o rádio libertou-a sem limites. Com o advento da fotografia em 1839, houve a possibilidade de uma reprodução direta e mais convincente, que, posteriormente, foi potencializada pelo cinema. (DOMENACH, 1963)

Sobre a influência dessas técnicas modernas Domenach afirmou:

As técnicas modernas de difusão derramam as notícias do mundo inteiro

⁸ Considero neste caso, conforme destacado por Jean-Jacques Becker (2003), a “opinião pública dinâmica”, ou seja, a “reação da opinião diante do acontecimento”, como por exemplo, a necessidade sentida pela opinião pública na implantação de determinadas atitudes políticas frente à eclosão de uma guerra, ou uma revolução. (p. 188) Para maiores detalhes ler BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In.: RÉMOND, René (Org.) Por uma história política. 2ª Ed. Rio de Janeiro. Ed. FGV, 2003, p. 185- 212.

⁹ Segundo Domenach: “Indivíduos reduzidos a uma vida animalmente privada também, psicológica e moralmente aderem àquilo que desprende calor humano, isto é, àquilo que já agrupou numerosos indivíduos.” (1963, p. 16)

diretamente através da escrita, da palavra e da imagem, sobre massas que de grande parte se viu recentemente transplantada, subtraída ao ambiente em que vivia, à sua moral, à sua religião tradicional, conseqüentemente mais sensível e maleável. Tais técnicas entrega-lhes a história quotidiana do mundo, sem que as massas disponham de tempo e de meios para exercer um controle retrospectivo; agarram-nas por temor ou por esperança e atiram-nas a liça. Massas modernas e meios de difusão originam uma coesão da opinião sem precedentes. (DOMENACH, 1963, p. 20)

Com o processo de aperfeiçoamento, os meios de comunicação ampliaram seu poder de difusão. Melhoras na distribuição, na radiodifusão e até na fotografia, tornaram esses meios de ação mais rápidos, amplos e com menor custo.

A propaganda recorre, portanto, de toda a tecnologia possível em cada período para atingir seus objetivos. Para Bobbio “A imprensa, que tem sido tradicionalmente o veículo mais importante, continua a ser maciçamente usada.” (BOBBIO, 2008, p. 1019) Ainda, para o autor, a propaganda tem duas direções principais: uma interna e outra externa. A primeira volta-se para o próprio sistema político, já a segunda é utilizada nas relações entre os Estados. Esta, destinada principalmente a opinião pública, em tempos de paz reforça ou busca criar laços de amizade e/ou solidariedade, mas, em tempo de guerra, o objetivo principal é enfraquecer o inimigo, ruindo suas estruturas internas, causando confusões, e, porque não, exaltando as características do seu emissor. Esse tipo de ataque foi praticado por todas as grandes potências desde a Grande Guerra.

Vale ressaltar que a natureza da propaganda dentro de um país varia de acordo com seu sistema político. Em regimes ditatoriais ela é fortemente controlada pelo Estado; já em regimes mais pluralistas, há uma forma mais ou menos equilibrada de contestação, já que há um maior acesso aos canais de informação ou as redes de distribuição. (BOBBIO, 2008)

De fato, no século XX, a propaganda política tomou amplas dimensões, em essencial nos esforços para mobilizar a opinião pública. Sua dimensão passou pelo uso das emoções, da ciência e da cultura para atingir os objetivos desejados, através da coordenação política com amplo uso da mídia.

Além de conhecer sua origem, é imprescindível conhecer os mecanismos utilizados na propaganda política de guerra. Após a Grande Guerra alguns estudiosos como Edward Bernays¹⁰ exploraram as técnicas de propaganda, enquanto outros

¹⁰ Edward Louis Bernays (1891-1995), sobrinho de Sigmund Freud, foi um austro-americano considerado pioneiro nas relações públicas e da propaganda, sendo referenciado como “Pai das

como o inglês Arthur Ponsonby, vão denunciá-las. Ponsonby (1874-1946), nasceu em uma família aristocrata inglesa, cujo pai era secretário da rainha Vitória. Atuou em vários cargos públicos, como por exemplo no Ministérios do Trabalho. Contrário à entrada de seu país na guerra participou de grupos de pressão contrários à posições de militaristas do governo.

Em “Falsidade em tempo de guerra - mentiras da propaganda da Primeira Guerra Mundial”¹¹, de 1928, o autor resume os métodos propagandísticos utilizados durante o conflito, identificando e descrevendo as mentiras, sem fornecer explicações sobre a propaganda de guerra, mas sim seus mecanismos essenciais.

A historiadora belga Anne Morelli sintetizou esses mecanismos no livro “*Princípios Elementares da Propaganda de Guerra- utilizáveis em caso de guerra fria, quente e morna*”. Para Morelli, a guerra serve aos objetivos de poucos. Para o convencimento dos seus, há a necessidade de, através dos meios de comunicação em massa, espalhar a propaganda sobre a justiça dos atos. (MORELLI, 2002)

Nessa sintetização, a autora mostra que esses princípios não são premissas apenas da Grande Guerra, mas que podem ser regularmente utilizados pelas partes envolvidas em outros períodos históricos. Os princípios podem ser agrupados em dez categorias, ou “mandamentos”:

1- Não queremos a guerra. 2- O lado oposto é o único responsável pela guerra. 3- O inimigo tem a cara do diabo (ou o "terrível" do serviço) 4- Os objetivos reais da guerra devem ser mascarados sob causas nobres 5- O inimigo conscientemente causa atrocidades, cometemos manchas involuntárias. 6- Sofremos pouquíssimas baixas, as perdas do inimigo são enormes. 7- Nossa causa é sagrada. 8- Artistas e intelectuais apoiam nossa causa. 9- O inimigo usa armas não autorizadas 10- Aqueles que questionam nossa propaganda são traidores. (MORELLI, 2002, p. 01)

Assim, os princípios criados a mais de um século, baseados nas observações de um diplomata britânico sobre as informações antialemãs nos escritórios dos governos de seu país, transpõe àquele conflito e podem ser aplicados a todos os conflitos abertos- inclusive a Guerra Fria- formando a base da guerra de informação

relações públicas”. Na Grande Guerra fez parte do Comitê de Informações Públicas, responsável por mudar a opinião dos Estados Unidos para entrar no conflito como aliado inglês, sendo para isso utilizado todos os meios como a imprensa, filmes e desenhos animados. (PALATE, 2019)

¹¹ Do original: PONSONBY Arthur. **Falsehood in War-time-** Propaganda Lies of the First World War, Londres, Garland Publishing Company, 1928.

Disponível em: (<http://www.vlib.us/wwi/resources/archives/texts/t050824i/ponsonby.pdf>)

que é fundamental para conquistar a opinião pública a uma causa.

1.2 USO DAS REVISTAS: PARTICULARIDADES

Ao folhear uma revista, com vista à sua leitura, somos atraídos já pela capa, que geralmente nos elucida um conteúdo principal, e chamadas que direcionam nosso olhar. Ao abri-la, um sem-fim de publicações, que conseguem em um só lugar reunir linguagem escrita e iconográfica, técnicas e visões de mundo, que envolvem o leitor a fim de levá-lo à sedução de seu conteúdo. Cada página, foto, manchete ou até mesmo a cor, foi pensada para ser exposta, com o propósito de chegar cada vez mais ao objetivo dos seus editores.

Ao tomar revistas como fontes históricas, cuidados devem ser tomados, como elucidou a historiadora Ana Luiza Martins, “em face dos apelos que transportam e induzem o pesquisador a configurações quase pictóricas do passado”. (MARTINS, 2003, p. 60)

Seu uso já é datado do século XIX, consideradas oportunas para o rastreamento do passado, mas ainda com restrições. (Idem, 2003) Nesse contexto dos oitocentos e início do século XX, ainda o peso da tradição pela busca da verdade trazia uma hierarquia documental a qual os periódicos forneciam “imagens parciais, distorcidas e subjetivas”, (LUCA, 2008, p. 112) pouco adequadas para a reconstrução do passado. O leque foi ampliado com a Nova História, em que, as publicações periódicas passaram a ser um suporte rico e diversificado de documentos, sendo a revista considerada, a partir de então, “síntese privilegiada de instrumentos reveladores de processos históricos, representação material de práticas de consumo, usos e costumes”. (MARTINS, 2003, p. 60)

O uso de revistas como documentos chamou a atenção dos historiadores. Em um único lugar tem-se “registro múltiplo, do textual ao iconográfico, do extratexto – reclame ou propaganda- à segmentação, do perfil dos seus proprietários àquele dos consumidores”. (MARTINS, 2003, p. 60) Porém, uma leitura superficial, acrítica e desconectada do seu contexto, podem ser indícios de uma armadilha metodológica do seu uso.

Uma revista sempre propõe intervenções na conjuntura, sendo o seu tempo o presente, visando uma presença e uma atuação imediatas. Seu surgimento se liga,

então, a uma vontade de interferir em um determinado momento, em um espaço ou dimensão da sociedade para modificá-la. (SARLO, 1992)

Assim, com relação à utilização de revistas como fontes para a historiografia, alguns cuidados são necessários, como destacado por Martins “(...) as condições de sua produção, de sua negociação, de seu mecenato propiciador, das revoluções técnicas a que se assistia e, em especial, da natureza dos capitais nele envolvidos.” (MARTINS, 2003, p. 60- 61) O que a autora define como segmentação e ilustração, ou seja, o que preside o periódico e delimita sua linha editorial e sua forma física.

Desse modo, o conjunto de temáticas, público e conteúdo, dentro de seu contexto específico, devem ser levados em consideração ao se tomar revistas como fontes. Estudos de partes pinçadas, parágrafos soltos ou imagens avulsas podem não expressar os objetivos pretendidos pelo periódico. Portanto, “é imprescindível o cotejo com suas partes, bem como imperiosas sua contextualização e decodificação, seja na instância de sua emergência como naquela de desconstrução do discurso e na análise das ilustrações que a compõe”. (MARTINS, 2003, p. 69)

Já com relação à presença de fontes imagéticas nos periódicos, cuja presença faz-se abundante nas revistas ilustradas, devemos dedicar especial atenção. Toda a organização de uma revista está sujeita aos juízos de valor de seus idealizadores, incluindo a organização de sua estrutura interna, a estética, os textos e as ilustrações publicadas. No caso das fotografias, devemos ter em mente que, como observou a escritora Beatriz Sarlo, dentro da “sintaxe” de uma revista, ou seja, o sentido de seu discurso político-intelectual, as imagens podem ser tão programáticas quanto os textos. (SARLO, 1992, p.12)

Por muito tempo as imagens não foram tratadas com seriedade pela historiografia, que preferia textos e “fatos” a imagens. Mas, como observa Peter Burke, as imagens também “constituem-se numa forma importante de evidência histórica”. Assim como qualquer outra fonte ela está sujeita a fragilidades. É verdade que as “imagens são testemunhas mudas, e é difícil traduzir em palavras o seu testemunho”, mas é importante levar em conta que “elas podem ter sido criadas para comunicar uma mensagem própria”, que o historiador pode buscar recuperar tomando cuidados específicos. (BURKE, 2004, p. 17-18)

Trilhando o caminho para compreender como as revistas surgiram e ganharam espaço nas sociedades, nos deparamos com os séculos XVII ao XIX, em

que a imprensa escrita foi o único canal de expressão jornalística. No século XX, disputou espaço com o rádio, e no pós Segunda Guerra com a televisão. Há razões que justifiquem sua permanência, inclusive até os dias atuais. Nesse contexto, da busca pela informação rápida, se popularizaram as revistas. De início, segundo a linguista Renata Condi de Souza, eram “uma mistura de livros e jornais que levavam a informações com maior riqueza de detalhes ao leitor ao mesmo tempo em que apresentavam uma escrita concisa e ilustrada”. (SOUZA, 2012, p. 25)

Em relação aos jornais, as revistas tinham certas vantagens, uma resolução gráfica que se aperfeiçoara com ultramodernos recursos visuais e uma periodização intervalada, que possibilitava o trabalho mais detalhado de impressão, o que a imprensa diária não dispunha. (MARTINS, 2003) Desse modo também, sua disponibilidade como veículo de informação a várias regiões do país, sua exportação e por que não, seu caráter intercontinental, era viabilizado.

Outra diferença relevante é o formato, que permite composições diferenciadas de edição e diagramação; também a qualidade do papel, que possibilita resultados mais precisos por parte das revistas. E talvez o diferencial mais perceptível, a capa, um acabamento que não ocorre nos jornais, nela, de acordo com Silva (2011) pretende-se “propagandear a revista por meio do que é mais atrativo entre o que é mais relevante.” É por meio dela que há a busca por seduzir o leitor através do olhar. E ainda, “Capas e imagens afins apostam no olhar fragmentado. Oferecem um sentido que vem ao encontro da organização do mundo em que vivemos: ritmo, aparência, fragmento. [...] As capas compõem a imagem do próprio meio de comunicação.” (SILVA, p. 14)

O jornal tem o tempo reduzido, com espaço limitado, que é o do acontecimento, do furo jornalístico, e, ao mesmo tempo que é rapidamente procurado, é descartado. Já as revistas semanais, ou mensais como é o nosso caso, seu tempo não é o momentâneo. Depois de abrandar a situação, vem a reflexão, a visão detalhada do contexto, com um texto que propõe uma narrativa instigante e atraente que faz com que o leitor se conecte com o reportado. (SILVA, 2011; BOAS, 1996)

Assim como o visual, os textos das revistas as diferenciam. Devem ser sedutores, criativos, com recursos estilísticos que conduzam o leitor. As revistas fazem jornalismo daquilo que ainda está em evidência nos noticiários, acrescido a isso pesquisas, documentação e riqueza textual. (BOAS, 1996) E o que falar de revistas

que foram criadas para conduzir a opinião pública? Para a tentativa do convencimento a partir dos fatos? Dentro do projeto de uma revista, há espaço para angulações¹² e liberdades por parte daqueles que redigem as reportagens, porém, segundo o jornalista e escritor Sérgio Vilas Boas, “dentro de uma linha editorial/ ideológica de uma revista, certas angulações são proibidas.” (BOAS, 1996, p. 34)

As revistas precisam ter um tema pertinente, que as ligue ao universo do leitor. A figura do editor é de suma importância para o sucesso delas, e é central para o surgimento da chamada fotorreportagem, podendo considerá-la resultado do desenvolvimento da linguagem fotográfica e da aplicação de um conceito bem definido de edição, assim, unindo as linguagens escritas e fotográficas para compor as páginas. (SILVA, 2011) A fotorreportagem pode ser considerada um “(...) procedimento essencial para as revistas ilustradas, é uma narrativa visual que busca recompor o que aconteceu.” (Idem, 2011, p. 62)

Portanto, o objetivo das revistas é o de apresentar um grande volume de informações e com rapidez. Para isso precisam usar uma linguagem acessível a seu público, agradável, de fácil leitura, utilizando para isso a reflexão até certo ponto, sem fazer com que seu público repense identidades ou modos de agir, e sim os conduza a um determinado posicionamento. (SILVA, 2011)

No Brasil, por questões da história nacional, houve uma demora à chegada de uma imprensa segmentada. (MARTINS, 2003) Porém, com o início do republicanismo (1889- 1930) a imprensa diversificou-se. Nas palavras da jornalista e socióloga Maria de Lourdes Eleutério:

Nesse período de transformações, a imprensa conheceu múltiplos processos de inovação tecnológica que permitiram o uso de ilustração diversificada – charge, caricatura, fotografia –, assim como aumento das tiragens, melhor qualidade de impressão, menor custo do impresso, propiciando o ensaio da comunicação de massa. No campo gráfico, as transformações foram intensas e impactantes. Como um movimento orquestrado, os setores de suporte daquela atividade conheceram avanços, surgindo rapidamente um mercado consumidor, enquanto se estimulava a produção interna do papel, matéria-prima fundamental para desenvolvimento do ramo. A imprensa tornava-se grande empresa, otimizada pela conjuntura favorável, que encontrou no periodismo o ensaio ideal para novas relações de mercado do setor. Logo, aquela imprensa periódica resultou em segmento polivalente, de influência na otimização dos demais, isto é, da lavoura, comércio, indústria e finanças, posto que as informações, a propaganda e publicidade nela estampadas influenciavam aqueles circuitos, dependentes do impresso em suas variadas formas. O jornal, a revista e o cartaz – veículos da palavra impressa –

¹² Angulações são entendidas aqui como “pontos de vista”.

aliavam-se às melhorias dos transportes, ampliando os meios de comunicação e potencializando o consumo de toda ordem. (ELEUTÉRIO, 2008, p. 83-84)

Assim, a tríade para uma empresa editorial se ergueu: evolução técnica, investimento em alfabetização e incentivo a compra ou fabricação do papel. (Idem, 2008) Enquanto se preparava esse terreno no Brasil, as revistas já eram bem-vistas na Europa e nos Estados Unidos e serviram para a veiculação de informações e de propaganda política, com ênfase desde a Grande Guerra.

O estilo *magazine*, segundo Boas, compreende em uma grande variedade de estilo, sendo uma prática jornalística diferenciada. Em uma revista encontra-se a fotografia, o *design* e o texto. Mais duráveis, com um cuidado com o texto que se aproxima do literário e mais artística em relação aos aspectos visuais. (BOAS, 1996)

Em relação ao seu estilo, as revistas podem ser divididas em ilustradas, as especializadas e as de informação geral. (Idem, 1996) A primeira tem ênfase nas imagens; a segunda pode ser temática ou atrelada a um segmento de leitores e a última traz informações, mas contam também com ilustrações. (SOUZA, 2012)

O estudo das revistas requer, portanto, o domínio de vários campos, é preciso ficar atento a forma e ao conteúdo. Como afirmou Martins (2003):

(...) o mergulho real nas tantas vertentes propiciadas pelas revistas requer estratégias de análise. Relativizar os registros decorrentes das aliciantes imagens de superfície matizadoras de mensagens, mascaradas pelos recursos técnicos e pelo texto da propaganda, constitui-se em aporte para a competente incursão neste documento múltiplo. Assim como o confronto com aspectos aparentemente menores de sua fatura e circulação — seja aquele do papel utilizado ou da diagramação adotada, seja aquele outro da forma de distribuição e locais de venda. Cada uma destas circunstâncias merece considerações que, finalmente, agregam-lhe, de fato, o imenso potencial de fonte histórica. Através destes percursos, é possível aproximar-se com mais riqueza do contraponto do conteúdo destilado, do reverso da medalha e, de forma cabal, do *ethos* cultural de toda uma época. (2003, p. 77-78)

1.2.1 Discurso escrito e visual para o convencimento político

O texto escrito associado ao visual passou a definir as revistas. Eles são pensados e articulados para convencer seu público-alvo de seu discurso. Quando passa a veicular propaganda política, esse conjunto passa a cumprir determinada função, pensada pelos seus editores, de acordo com a ideologia das agências/ órgãos que as criaram.

Durante as guerras, o papel comunicativo desse veículo midiático tornou-se essencial na construção de uma opinião pública favorável aos interesses externos dos países envolvidos nos conflitos mundiais.

A imprensa escrita, em competição com o rádio, renovou seu formato e conteúdo criando matérias mais atrativas e volumosas, com informações mais detalhadas e imagens, tendo assim um papel fundamental na disseminação de ideias. Se o rádio tinha o poder da rapidez e do ao vivo, a mídia impressa captava o público pela imagem. (FORNER & SILVA, 2017)

Segundo Boas, “Nas duas grandes guerras as revistas desempenharam um papel abrangente. Além do mais, eram as únicas que podiam oferecer aos seus leitores imagens nítidas dos acontecimentos relatados diariamente pelos jornais.” (BOAS, 1996, p. 85)

Não nos cabe neste momento discutir a realidade ou não das imagens fotográficas, esse discurso já foi analisado por diversas áreas¹³, e sabe-se que depende de muitos fatores, desde o clique do fotógrafo, até a sua assimilação pelo público. Mas pretende-se analisar o poder de convencimento do discurso escrito, atrelado ao bem arquitetado discurso visual das revistas tidas aqui como propaganda de guerra, sendo ferramentas de difusão do discurso aliado. E neste contexto as imagens desempenharam um importante papel de convencimento, vistas enquanto registros da realidade dos *fronts*.

A propaganda organizada e sistemática fez-se sentir no interior dos países e nas frentes de batalha. Inovou a forma de fazer guerra. Pesquisas sobre a propaganda de guerra passaram a surgir, tidas como “instrumento capaz de mudar crenças, as atitudes e as ações visadas, cunhando a metáfora das mensagens propagandísticas como ‘balas mágicas’ capazes de produzir os mesmos efeitos

¹³ Áreas como a Etnologia, a Antropologia, o Fotojornalismo, entre outras.

reativos em todos os receptores.” (LIMA & SOUZA, 2017, p. 02)

A mídia impressa, tornou-se uma peça central na formação de correntes de opinião, apelidada de “bala de papel”. A imprensa ilustrada ganhou destaque nesse esforço. Todos os meios para buscar o maior número de cidadãos favoráveis à sua causa eram utilizados. (Idem, 2017)

Se faz necessário compreendermos, após analisarmos como se deram as relações com os veículos de mídia, como a propaganda política pode se articular. Jean Marie Domenach, na sua obra *Propaganda Política* (1963), aborda alguns aspectos para compreendermos a significação da propaganda, as formas como ela pode ser aplicada e quais princípios sociais ela desperta. Domenach as trata como “Leis de funcionamento”, ou seja, “regras de uso”, as indicações de propaganda política que identificou na história recente. São elas cinco “Leis” e uma chamada de “Contrapropaganda”. Apesar de se diferenciar na titulação, ela também é uma forma como a propaganda política se aplica, alterando mais o modo como é feita. Enquanto as demais dão um sentido maior de enfrentamento ao inimigo de maneira direta com a população, a contrapropaganda se define como uma reação perante a ameaça. Analisaremos essas definições para compreendermos as revistas enquanto instrumentos transmissores de propaganda política, percebendo quais técnicas podem ser aplicadas. (DOMENACH, 1963, p. 60)

A Primeira Lei é a da Simplificação e do Inimigo Único, constitui na utilização de mecanismos da forma mais clara possível. A palavra de ordem e o *slogan* tornam-se mais breves e bem cunhados, sendo facilmente guardados na memória. A redução em formas claras, a fatos e a números produz resultados melhores do que uma longa demonstração. Na forma simplificada, há ainda a concentração a uma única pessoa da esperança ou do ódio, o que oferece vantagens, já que as pessoas teriam a quem atacar e não lutariam contra um partido ou algo abstrato.

A Lei da Ampliação e desfiguração, fazendo parte do processo jornalístico empregado pela imprensa de todos os partidos, coloca em evidencia informações favoráveis a seus objetivos, exagerando-as. O regime hitlerista serviu-se sistematicamente da manipulação de notícias para se beneficiar do que era do seu interesse e do partido.

A chamada Terceira Lei, a da Orquestração é a repetição dos temas principais, não de uma maneira pura e simples, que pudesse causar tédio, mas

insistindo em um tema central através de diversas abordagens, de forma que a propaganda seja fixada pelas massas. Forma utilizada incessantemente pelo regime alemão, adaptado aos diversos grupos.

Na Lei da Transfusão, a propaganda age sobre um fundamento preexistente, como mitos nacionais, complexos de ódio ou preconceitos tradicionais. Nesse sentido, há um apelo pelo sentimento da multidão, que é evocado para amoldá-lo de acordo com o objetivo visado.

A Quinta Lei, é a da Unanimidade e de Contágio, que recai sob a sensação de unanimidade popular, o indivíduo pode até ter duas opções bem diversas sobre determinado assunto, mas a maioria tende a harmonizar-se aos seus, assim acaba acontecendo uma soma de conformismos e a propaganda reforça essa unanimidade ou mesmo busca criá-la. Há a tentativa de transformar a população em um único ser.

Já a Contrapropaganda, se acentua na propaganda de combate as teses adversárias, assinalando seus temas para desconstruí-los, atacando seus pontos fracos - mas nunca frontalmente, mas de forma perpendicular- e colocando seu adversário em contradição de fatos. É nessa posição defensiva (o que não quer dizer que não utilizem das demais leis de funcionamento da propaganda política) por meio da contrapropaganda perante a agressividade alemã, que os aliados, em especial a Grã-Bretanha e os Estados Unidos, desenvolveram seus aparatos de comunicação em massa. Segundo as especialistas em Comunicação Social Ana Carolina A. Steffans, Nísia Rosário e Adriana Coca, se tratando do Estado inglês, “era preciso garantir posição hegemônica cultural e economicamente diante do novo cenário geopolítico que se instaurava, onde a comunicação era a ferramenta primordial.” (STEFFANS; ROSÁRIO; COCA, 2015, p. 07)

É necessário refletir até que ponto a mentira e a inversão de fatos consegue alcançar seus objetivos propagandísticos. Por esses fatores, o termo propaganda foi associado ao pejorativo, a falsidade, a indução das massas, enquanto sabemos que existe nos vários momentos políticos, mas com a omissão do termo. Porém, o nazismo rompeu com os critérios da veracidade, o mito e a mentira tiveram um papel devastador. No entanto, o excesso de informações também pode ser corrosivo, trazer contradições, boatos, e informações inversas.

A melhor contrapropaganda encontrada nesse caso pode ser a simplicidade e a franqueza. O Estado britânico compreendeu esse mecanismo, e ao invés de se

opor as “falsidades” de Hitler na mesma intensidade, passou a apresentar relatos objetivos da situação, inclusive quando os resultados não eram tão agradáveis. O tom objetivo, a franqueza, palavras simples e fatais podem ter grandes efeitos. (DOMENACH, 1963) Para o autor Domenach “Mentiu-se tanto que a verdade, em sua simplicidade e nudez, surge como a mais poderosa arma de propaganda.” (Idem, 1963, p. 132)

Ao analisar os esforços propagandísticos britânicos aos Estados Unidos, o historiador Stephen Budiansky (2019) afirma que houve uma propaganda maciça para influenciar a opinião popular estadunidense, através do Ministério das Informações, cujo trabalho era propagandear em favor do esforço de guerra. Porém, os britânicos se aperfeiçoaram tanto nesta arte, que a própria propaganda não parecia ser propaganda. (BUDIANSKY, 2019)

Churchill, objetivava o apoio dos Estados Unidos e a saída do “neutralismo” que se encontrava para unir esforços contra a Alemanha. Porém, grande parte da opinião pública estadunidense estava contra a entrada do país em mais um conflito dessa magnitude, e apesar de Roosevelt apoiar os aliados, a política não estava à frente da opinião pública. Começou, portanto, um jogo de propagandas para um país não apenas oficialmente fora da guerra, mas também receoso em relação a manipulação exterior. Adotou-se então uma rigorosa “política sem propaganda”, cujas informações limitavam-se a “fatos verdadeiros”, mas sempre com a perspectiva que lhes convém. (Idem, 2019)

O termo propaganda, devido ao uso que o Terceiro Reich fez dela, passou a associar-se como um método de perversão e de mentiras. Mas ela também tem uma função política natural que acabou refugiada na “informação”, nas “notícias” e nas “estatísticas”.

Os discursos dos periódicos analisados sobre aquelas que “informam” ou trazem “notícias” foram frequentes. Há a tentativa de no discurso evitar a persuasão, mesmo que sejam isso que estejam fazendo na prática. A pretensa neutralidade jornalística, na busca de uma imagem de respeitabilidade e credibilidade passou a ser um método propagandístico. Essa informação incontaminada, vindas diretas dos relatos dos *fronts* ou de discursos oficiais, seria um veículo marcado pela e honestidade, que o leitor poderia confiar plenamente.

Mas, ao trazer seu subtítulo “revista destinada a informar os povos da América

sobre o programa de defesa nacional e continental dos Estados Unidos”, a revista *Em Guarda* apresenta as intenções dos seus editores. Primeiro, “programa de defesa”, se é necessário proteger-se, é porque há um ataque. Como abordado anteriormente no princípio da Contrapropaganda, existe alguém atacando e os EUA e toda a América, que precisavam se defender, tendo o seu protetor o próprio país. Segundo, “informar” não quer dizer propagandear, persuadir, convencer, mas trazer informações sobre as ações estadunidenses e seu apoio irrestrito a todo o continente.

A revista *A Guerra Ilustrada* também utilizou dessa técnica. Na sua primeira reportagem, da sua edição de abertura, afirmou: “Todos os povos livres do mundo estão ameaçados de agressão. A brutalidade da guerra nazista contra a Humanidade revelou ao mundo o objetivo alemão de impor um cruel despotismo onde quer que pise a bota nazi”. Desse modo, o periódico alegou que existia um inimigo a combater e que este seria comum a todas as nações que prezam pela liberdade, expressando assim também os motivos para uma Contrapropaganda. (AGI, jul., 1940, p. 01),

Como a revista fez isso? Mostrando. Seu próprio título traz a conotação de mostrar a guerra, não propaganda, “venham conosco”, mas mostrar o confronto pictoricamente, e o que a Grã-Bretanha está fazendo para defender-se da “Peste nazi”. (AGI, set., 1940, p. 02)

Outro fator relevante ao assinalar esse ideal pela busca da “propaganda verdade” abordada anteriormente, era como a revista *A Guerra Ilustrada* mostrava os fatos. Os Estados Unidos entraram oficialmente na guerra em dezembro de 1941, porém, desde o segundo exemplar do periódico, foi abordado o fato dos EUA fornecer materiais bélicos à Inglaterra, uma ocorrência, mas abordado de uma maneira muito peculiar. Em agosto de 1940, afirma:

TAL COMO COM PILOTOS e aeroplanos do império assim é com soldados e munições. Longe das ameaças dos ataques aéreos, fora do alcance de qualquer blitzkrieg, tropas estão-se reunindo, o Império Britânico concentra a sua força imensa. A apoiá-lo está o maior esforço de produção de que os Estados Unidos da América são capazes. A destruição final da ameaça alemã e sua imitação italiana é certa. (AGI, ago. 1940, p. 15)

Em setembro deste mesmo ano, com a reportagem “Asas da vitória”, declara nas legendas dos aviões britânicos, em caixa alta: “FROTA AÉREA AMERICANA PARA COMBATER OS AGRESSORES ALEMÃO E ITALIANO” (AGI, set., p. 07), na sequência, em letras minúsculas: “Bombardeiros Curtis que estão sendo

desembarcados para a Grã-Bretanha em grandes quantidades” e “Fábrica de aeroplanos Douglas nos EUA vendo-se aparelhos em construção para a Real Fôrça Aérea.” Os dados são direcionados para que o receptor compreenda que a aliança com os EUA é indissolúvel, e que eles já estão se empenhando, ao lado dos britânicos, para destruir o Eixo. Cabe-os analisar os elementos narrativos que marcaram essas inverdades ou estratégias de convencimento. Os britânicos abordaram os eventos que lhes eram cabíveis, assegurando uma postura triunfante quando as perspectivas eram ruins, buscando fazer com que os leitores cressem na sua vitória, mesmo quando era incerta.

Outro dado em questionamento é o porquê não aparece na revista os dados editoriais. A única menção quanto a isso é na sua contracapa do exemplar número 1, na parte inferior em letras minúsculas “Impresso em Inglaterra por *L.T.A. Robinson Ltd*, Londres.” Uma hipótese é a que a tentativa de “propaganda sem propaganda” se apresenta mais uma vez. *L.T.A. Robinson Ltd* aparece em alguns impressos da época como “*The eighth Army*” de 1944, ou “*Transport goes to war- the oficial story of British transport, 1939-1942*”, cujo direcionamento para a edição é o *His Majesty’s Stationery Office*, escritório de Estado britânico.

Isso nos revela, segundo Adilson Citelli (2002), que existe graus de persuasão, alguns mais visíveis, outros menos, e alguns mais ou menos mascarados. Os elementos persuasivos estão no discurso verbal, e nesse caso também nos elementos imagéticos, o “elemento persuasivo está colado ao discurso como a pele ao corpo.” (CITELLI, 2002, p. 06)

Essa busca pela credibilidade através da informação é assentada no aspecto imagético, essencialmente na fotografia. As evoluções dos dispositivos técnicos no século XIX e o próprio contexto social, fizeram com que textos e imagens disputassem espaços nas revistas ilustradas. As magazines revelaram a importância da imagem no circuito da imprensa, cuja finalidade não era mais só o de complementação do texto escrito, mas a própria transformação da criação gráfica em texto. (MARTINS, 2003)

Assim como um texto pode ter várias dimensões, as imagens podem recobrir diferentes funções do que é dado a ver. Elas são “feitas, selecionadas, ordenadas no texto para servirem a diferentes apelos e cumprirem diferentes vocações.” Elas podem ser apenas ilustrativas, podem estar em consonância com o texto escrito ou podem ser um discurso a parte “um escrito com o olho”. (BRANDÃO, 2004, p. 30)

As imagens nas revistas passaram a formar novas linguagens, conforme abordado por Martins (2003):

Naquele impresso, os textos e as imagens [...] reproduziram as transformações da virada do século, captadas através de recursos literários e gráficos, devolvidas ao público numa terceira dimensão, magnificando artigos, produtos, profissionais, estabelecimentos e serviços. Nesse propósito, conjugaram-se literatura, arte e técnica, estreitando o convívio e descobrindo novas linguagens afins. (MARTINS, 2003, p. 70)

A técnica, associada aos recursos gráficos que surgiram, atrelados a necessidade de uma transmissão da mensagem com a velocidade e recurso para atrair o leitor pelas imagens, das mais variadas naturezas, revelaram um novo profissional, vital para as revistas em questão, o ilustrador. (MARTINS, 2003)

Seja desenhista, pintor, caricaturista ou fotógrafo, esses profissionais passaram a fazer parte do contexto de produção dos periódicos. Particularmente, se tratando da guerra, os correspondentes tiveram papel de destaque, atuando diretamente nos *fronts*¹⁴.

Segundo Santos (2015), a fotojornalismo expandiu-se principalmente durante as guerras, já que a cobertura fotográfica é mais rápida, acreditável e sensibilizante do que relatos de repórteres ou informações impressas em periódicos. A imagem pode mudar toda uma forma de se analisar uma guerra, pois, a partir de então, o sofrimento humano e a destruição material são visualizados, isso sensibiliza as pessoas, sabendo ou não da ilusão de realidade que elas criam. Em fotos de guerra pode-se experimentar o horror, a impotência, a empatia.

Dos vários recursos iconográficos, coube a fotografia o destaque nas revistas ilustradas da Segunda Guerra. Seja para fotografar um personagem para a capa, mostrar as imponentes armas, os campos de batalhas, enfim, os projetos de guerra arquitetados pelas nações.

Na revista *A Guerra Ilustrada*, se tratando do seu aporte imagético, é composta de 2917 imagens em sessenta e uma edições, destas 2497 são fotografias, um total de 85,60%. Já a revista *Em Guarda*, tem uma carga visual de 4433 imagens, destas 4286 são fotografias, contabilizando 96,68%. Ambas com mais de 85% de fotografias, assinalando o grande apreço dos editores em “mostrar” os

¹⁴ Para maiores informações sobre os correspondentes de guerra ler HENN, Leonardo Guedes. **Os correspondentes de guerra e a cobertura jornalística da Segunda Guerra Mundial**. In.: Revista

acontecimentos. A fotografia tem um poder multiplicador, contribuindo para que os mais diversos públicos recebam as informações e passem a considerá-las como fatos.

Deste modo, podemos perceber que os periódicos têm um leque de ferramentas para o convencimento do leitor. O trabalho com as palavras, utilizando as técnicas adequadas, a diagramação que mais exalte os aspectos principais das reportagens e o papel imprescindível das imagens. Nesse sentido, as revistas *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda* chamam atenção para as fotografias, uma maneira de “informar” os leitores sobre os fatos dos *fronts* externo e interno. Vale ressaltar também a presença de mapas e gráficos, que cumprem o papel de ilustrar as estatísticas, ou seja, direcionar o público-alvo aos atos dos aliados ou ao seu poderio bélico.

Em suma, a propaganda política de guerra foi uma arma de combate na Segunda Guerra. Seu poder persuasivo ajudou a conquistar alianças, buscando convencer nações.

Seus métodos foram utilizados, porém, seu termo omitido, para que não houvesse comparações com mentiras e outros termos pejorativos. O período da Segunda Guerra caracterizou-se também por ser onde técnicas de disseminação com melhores tecnologias como as revistas recheadas de fotografias, e meios para que isso fosse possível, o aumento populacional, um maior número de leitores, entre outros.

Essa propaganda tem mecanismos próprios para que haja o convencimento objetivado pelos editores. Estes últimos essenciais para compreendermos o direcionamento do que é escrito e visualmente propagado nos periódicos, no caso o ministério estadunidense e o estudado nessa dissertação Ministério das Informações Britânico (MOI), que será estudado no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2- CONTEXTO DA PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA INGLESA

2.1. A PROPAGANDA POLÍTICA DE GUERRA E AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

A Segunda Guerra Mundial foi travada tanto com informações quanto com armas. Dessa maneira, os países beligerantes tiveram que buscar diversos meios de se comunicar frente à sua nação e as demais aliadas, neutras, ocupadas e até inimigas, na tentativa de vinculá-las aos esforços de guerra.

Mesmo antes da deflagração, as atividades de comunicação se tornaram uma função reconhecida do governo. Porém, muitos departamentos relutaram em deixar essa função para um controle central, como foi o caso da Inglaterra. Segundo informações do *National Archives*, no início de 1939 “documentos notavam a preocupação de que a próxima guerra seria ‘uma guerra de nervos’ envolvendo a população civil, e que o governo precisaria ir mais longe do que nunca com todos os meios de publicidade ‘utilizados e coordenados’ (...).”¹⁵

Assim, panfletos, revistas, livros, rádio, cinema e outros meios passaram a veicular propaganda política de guerra, que, em sua maioria teve que se basear na “sua” “verdade” para ter credibilidade de quem recebia.

Essa propaganda, é definida por Domenach (2005, p. 12) como “uma tentativa de influenciar a opinião e a conduta da sociedade, de tal modo que as pessoas adotem uma opinião e uma conduta determinada”. Ela é caracterizada como uma “linguagem destinada à massa; ela emprega palavras e outros símbolos veiculados pelo rádio, pela imprensa e pelo cinema”, se transforma em estratégia de guerra e assume papel de regente na formação da opinião da população. (DOMENACH, 2005, p. 12)

A propaganda é um instrumento essencial para conectar aqueles que foram para as frentes de batalha àqueles que combatem nos *fronts* internos dos países, mantendo-os em funcionamento. Através dos meios de comunicação ela pode ser utilizada como “arma” política de dominação, de convencimento, capaz de persuadir sobre a “inevitabilidade” do conflito, sobre as intenções “puras” do exército nacional (ou de um grupo em particular), com ideais de liberdade e de busca pela paz mundial;

¹⁵ Refere-se ao *National Archives UK*, o qual possui um site com explicações de suas coleções online. Informações em <https://www.nationalarchives.gov.uk/help-with-your-research/research-guides/propaganda/>.

em contrapartida do nefasto exército oponente, que deu início a uma guerra perversa por motivos irrelevantes e egoístas.

Para o historiador italiano Norberto Bobbio, “A Propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total.” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 2008, p. 1018)

Assim sendo, os projetos nacionais oriundos de países participantes chegaram à grande parcela da população por intermédio de ferramentas midiáticas. Política e propaganda se unem em vias paralelas, a primeira se utilizando da segunda para difundir seus planos. (LOCASTRE, 2012)

Desta forma, panfletos, jornais, cartazes e revistas foram editados com o intuito próprio de propaganda política, articulando por meio de sua edição formas de persuasão a aliados políticos e econômicos. Essa propaganda se baseia na concentração de interesses em extremos opostos, tendo, além do convencimento, um forte caráter combativo, já que, se há a busca por alianças por parte dos Estados é porque estão diante da existência de uma ameaça iminente.

Observada em regimes ditatoriais e democráticos, ela pode também vir em auxílio dos esforços de guerra, buscando influenciar as opiniões dos países sobre neutralidade em relação ao conflito ou a que lado se posicionar, numa arte de persuasão que muitas vezes propaganda nem parece propaganda.

Os significados que a palavra “propaganda” passou a ter, principalmente após a Grande Guerra - e mais ainda após a Segunda - foram absolutamente negativos. Mesmo que utilizada nos sistemas de poder nas relações públicas, o termo passou a ser omitido por muitos, mesmo usando dos seus métodos. Essas más conotações se vincularam devido “ao abuso de suas técnicas para propósitos de distorção e dominação por estados agressivos.” (MITCHEL, 1986, p. 28)

O termo propaganda, devido ao uso que o Terceiro Reich fez dela, passou a associar-se como um método de perversão e de mentiras. Mas ela também tem uma função política natural que acabou refugiada na “informação”, nas “notícias” e nas “estatísticas”. Quem fazia propaganda passou a ser considerado mentiroso, trapaceiro, aquele que quer convencer a população de que somente o seu pensamento está correto, aniquilando as defesas. E o contrário disso seriam os fatos, a verdade, a tentativa de informar e deixar a população tirar suas conclusões. Porém,

essa pretensão de não interferência do Estado sobre a opinião pública converge com a relação de desgaste da palavra propaganda. Quando Estados afirmam não fazer propaganda ou deixar a imprensa livre, deve haver um olhar cuidadoso por parte do historiador para não ser vítima desse tipo de discurso, aceitando-o sem nenhuma problematização.

2.2. O MINISTÉRIO DAS INFORMAÇÕES

Ao irromper-se oficialmente a Segunda Guerra, em setembro de 1939, enquanto os conflitos pelo domínio do ar eram travados pela *Royal Air Force* e a *Luftwaffe*, outra luta, de natureza psicológica, estava formada. O Ministério das Informações Britânico e o Ministério da Educação Popular e Propaganda alemão se enfrentariam constantemente.

O Ministério da Propaganda alemão se formou em março de 1933, estendendo sua duração até 1945, tendo como líder Joseph Goebbels. O órgão ficou responsável por dirigir e controlar a imprensa, literatura, arte, ou seja, a cultura e as informações que estavam em circulação. Assim sendo, a Alemanha foi o primeiro país a ter um órgão de propaganda interna e externa ainda em tempos de paz, isso em grande parte se explica pelas características do governo formado na década de 30. (CARDOSO, 2017)

Fruto da tendência da utilização da propaganda como arma de guerra, o MOI representou uma tentativa do governo britânico de utilizar a comunicação para manter a confiança da opinião pública¹⁶ nacional e internacional. Para compreendermos esse Ministério, que se formou oficialmente somente em 1939, é necessário analisarmos sua origem bem como a própria política inglesa do período.

O Ministério das Informações é parcialmente resultado das experiências propagandísticas da Grande Guerra, sendo um órgão de governo criado brevemente no final do armistício (1918-19)¹⁷. Quando o conflito foi cessado, os esforços para a

¹⁶ Considero neste caso, conforme destacado por Jean-Jacques Becker (2003), a “opinião pública dinâmica”, ou seja, a “reação da opinião diante do acontecimento”, como por exemplo, a necessidade sentida pela opinião pública na implantação de determinadas atitudes políticas frente à eclosão de uma guerra, ou uma revolução. (p. 188) Para maiores detalhes ler BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In.: RÉMOND, René (Org.) Por uma história política. 2ª Ed. Rio de Janeiro. Ed. FGV, 2003, p. 185- 212.

¹⁷ Segundo os dados do *National Archives UK*, entre 1914 e 1918, a censura e a propaganda eram feitas por departamentos e agências governamentais muitas vezes com atividades sobrepostas. Em

propaganda que disseminasse cultura e visão política sistematicamente pelo governo pararam também. Por quase vinte e um anos nenhuma organização de informação formal foi instituída na Inglaterra. (LARSON, 1941)

Porém, no final da década de 1930, com o desenvolvimento da propaganda com técnicas melhoradas, materiais aperfeiçoados e uma visão maior do seu público leitor, e ainda com a propaganda nazista com anos de experiência¹⁸, começaram a aparecer questionamentos por parte de políticos na Câmara dos Comuns sobre a conveniência de se estabelecer um departamento especial para imprensa e propaganda, que difundisse uma imagem positiva da Grã-Bretanha.

Todavia, baseada em um sistema democrático, apesar da “admiração” velada a propaganda da máquina nazista, a Grã-Bretanha deveria ser vista como oposta a ela e ao mesmo tempo, não poderia ignorar os efeitos de tal propaganda em momento de guerra. (HOLMAN, 2017)

A resposta do primeiro-ministro Neville Chamberlain, sempre fora:

O governo de Sua Majestade atribui grande importância a manutenção da reconhecida tradição de objetividade e independência no fornecimento de notícias pelas agências britânicas; eles iriam descontinuar qualquer ação que pudesse ser interpretada como um esforço para introduzir um controle oficial.” (ROGENON apud LARSON, 1941, p. 413)

Uma outra questão, além do controle por um só órgão das informações e propaganda nacional, era a negação do governo em criar um Ministério da Informação sem estar em guerra, isso poderia ser interpretado como a aceitação do início de um conflito.

Enquanto o Ministério alemão se projetava através da propaganda, buscando controlar as informações e a cultura, o governo britânico criava departamentos para fazer frente ao poderoso impacto de autopromoção da Alemanha. O primeiro foi em 1934, o *British Council*, um órgão semioficial encarregado dos aspectos “culturais” de “vender” a Grã-Bretanha para o exterior, ligado diretamente ao *Foreign Office*.

1917, houve a fusão desses órgãos, da Diretoria de Operações Militares do Ministério da Guerra, do Departamento de Notícias do Ministério das Relações Exteriores, do Departamento de Propaganda de Guerra e do Comitê de Imprensa Neutra, formando o Departamento de Informações, que em março de 1918 se tornou o Ministério da Informação.

¹⁸ Segundo a historiadora Valerie Holman (2005), apesar do MOI considerar o Ministério alemão como uma organização rival que publicamente poderia difamar sua imagem, algumas de suas publicações, que tinham um alto padrão de produção, foram secretamente admirados, como no caso do periódico ilustrado *Signal*.

(HOLMAN, 2005, p. 199).

Em 15 de junho de 1939, o primeiro-ministro anunciou o Departamento de Publicidade do Ministério das Relações Exteriores, cujo diretor-geral seria Lord Perth¹⁹. Esse, deveria incluir a sessão de notícias do *Foreign Office* e receber pessoal adicional. Apesar de não anunciado, a preparação para um ministério em tempos de guerra foi iniciada, sob a responsabilidade de Samuel Hoare²⁰. Um trabalho preliminar, o que Cedric Larson²¹ (1941) chamou de “sombra do Ministério das Informações”, já ocorria desde 1935. O historiador David Welck (2016), afirmou que as diretrizes, ainda secretas de um novo ministério, passaram a ser elaboradas por um subcomitê do Comitê de Defesa Imperial desde então.

Apesar de ser um órgão claramente voltado a propaganda, não carregou esta referência em seu nome, isto devido à diferenciação com o Ministério da Propaganda, órgão oficial alemão. Esse talvez era um dos maiores desafios: além de conquistar a moral para suportar o bombardeio dos civis, ter que competir com as máquinas de propaganda nazistas que existiam há alguns anos.

Portanto, houve um planejamento interno, uma “organização esquelética” de um ministério para os tempos de guerra, para que, no caso de uma emergência pudesse ser acionado rapidamente. Em tempos de paz, somente o departamento voltado inteiramente para a publicidade²² no exterior se oficializaria e ainda não tinha autonomia sobre a imprensa britânica. (LARSON, 1941, p. 414)

A *British Broadcasting Corporation* (BBC), foi uma organização responsável por transmitir serviços de radiodifusão e posteriormente de televisão, fundada na década de 20 e que pode oferecer aos britânicos o que havia de mais recente em

¹⁹ Lord Perth (Eric Drummond) já estava aos 63 anos de idade quando assumiu como chefe da Publicidade Estrangeira. Segundo Larson (1941) Perth, que fora educado em Eton, poderia ser chamado de um produto do *Foreign Office*, no qual entrou já em 1900, ocupando vários cargos subordinados até 1915, quando então foi nomeado como Ministro das Relações Exteriores, até 1919. Nesse ano assumiu como secretário geral da Liga das Nações, permanecendo até 1933, ao assumir como embaixador britânico na Itália.

²⁰ Sir Samuel Hoare foi um estadista britânico com uma longa carreira na política. Durante a Primeira Guerra foi militar oficial, servindo na Rússia e na Itália. Tornou-se ministro da aeronáutica, ajudando a construir a força aérea britânica. Atuou como secretário de Estado na Índia, ajudando a desenvolver a constituição indiana. Foi secretário de Relações Exteriores na Guerra Ítalo-Etíope. Sob o governo de Chamberlain atuou como secretário do Interior. Quando Churchill assume, o serviço parlamentar de Hoare é cessado. Para mais informações acessar Sir Samuel Hoare, disponível em *britannica.com*.

²¹ Cedric Larson, foi um pesquisador e escritor americano interessado na área de história do jornalismo e da opinião pública.

²² O que os autores britânicos nomeiam em seus trabalhos como “publicidade” se distingue do que temos de publicidade para somente vender produtos, o que estamos falando aqui é de vender uma nação.

tecnologia de recepção de rádio, se tornando um importante meio de difusão de informações do período, se preocupando principalmente com as questões gerais da política. Essa organização manteve-se ligada ao Ministério das Relações Exteriores valendo-se das informações²³ oferecidas pelo Departamento de Publicidade Estrangeira. Mas cabia a BBC as responsabilidades pelo que transmitiria. (LARSON, 1941)

A preparação de um ministério, mesmo que de maneira oculta, não passou despercebida pela imprensa do final da década de 30. O que era temido pelo governo começou a circular. O Washington Post publicou em junho de 1939:

A guerra de palavras será travada ao Terceiro Reich, assim como os líderes nazistas conseguiram leva-lo a Grã-Bretanha (...) na verdade, exceto pela luta real, a linha entre a guerra e a paz na Europa está se tornando difícil de distinguir. (POST apud LARSON, 1941)

O que ocorreu é que o Departamento de Publicidade Estrangeira e as atividades projetadas ao Ministério das Informações para tempos de guerra foram intimamente conectadas. Enquanto o primeiro estendia a cultura britânica e explicava sua política no exterior, o segundo, se a guerra viesse, seria o centro das informações nacionais e internacionais.

Em 4 de setembro de 1939, um dia após a declaração de guerra britânica o novo ministério foi anunciado, sob a liderança de Lord Hugh Macmillan²⁴. O ministro já tinha carreira na política britânica, atuando inclusive no primeiro ministério, durante a Grande Guerra. Suas atribuições lhe trouxeram a confiança do funcionalismo britânico. A revista Time o descreveu como “um amável cavalo de guerra britânico (...)” e ao novo órgão do governo como “a fábrica de propaganda do advogado escocês.” (TIME apud LARSON, 1941, p. 416) Apesar das tentativas do novo órgão em não utilizar a palavra propaganda, essa camuflagem não passou despercebida.

²³ A BBC valia-se de informações do Departamento de Publicidade Estrangeira no que dizia respeito aos programas em outros idiomas, conseguindo dados para suas transmissões.

²⁴ Lord Macmillan foi um advogado escocês, que enfrentou um dos maiores desafios de sua carreira frente ao Ministério, que assumiu aos 66 anos. Foi um excente aluno da Universidade de Edimburgo, sendo admitido na Ordem dos Advogados da Escócia aos 24 anos. Durante a Grande Guerra, ele foi Diretor Assistente de Inteligência no primeiro Ministério da Informação. Após o conflito, ele se tornou quase um presidente profissional de comitês de investigação, que desempenhou um papel tão importante na vida política britânica. Ele agiu como presidente de comitês e comissões reais em diversos assuntos como mineração de carvão, crimes de rua, finanças, impostos, indústria de lã e bancos - atribuições que lhe renderam o confiança do funcionalismo britânico. (LARSON, 1941)

As funções iniciais do Ministério eram triplas: notícias e censura da imprensa, publicidade doméstica e publicidade no exterior em países aliados e neutros. O MOI não era responsável pela propaganda em países inimigos, mas mesmo assim, mantinha contato direto com o Ministério das Relações Exteriores. Portanto, o MOI era um departamento do governo central responsável pela política de informação e produção de material de propaganda.

O pesquisador e escritor Cedric Larson afirmou que o MOI era composto por cerca de quatorze divisões, classificadas em quatro grandes grupos: o primeiro teve que fazer relações com a imprensa, notícias e censura; o segundo responsável da publicidade (com uma divisão doméstica, uma estrangeira, outra só para o império e outra americana); terceiro grupo de natureza cultural (com divisões para filmes, literatura, rádio e outras) e um último de caráter administrativo. Além da criação de escritórios regionais. Todo esse ministério tinha como grupo oficial, o Chefe do Ministério, o Diretor Geral, o Diretor Geral-Adjunto, o Secretário Parlamentar, além de um Conselho Consultivo²⁵.

Na Publicidade Doméstica o MOI ficou responsável pelo planejamento do governo geral ou de informações interdepartamentais e forneceu serviços comuns para atividades de relações públicas de outros departamentos do governo. Havia três tipos de campanhas: as solicitadas por outros departamentos governamentais, as regionais específicas e as que a própria divisão criou.

Nesse sentido, muitas campanhas foram realizadas pela equipe do MOI para outros departamentos de governo. Um exemplo é o cartaz abaixo (imagem 1) intitulado “*Private scrap*”, produzido para a publicidade do Ministério do Abastecimento.

²⁵ Segundo Larson (1941), esse Conselho era presidido por Sir Campbell Stuart, que na ausência do Ministro assumiria o papel. Campbell foi famoso na propaganda britânica de 1914-18. Outros membros que fizeram parte do Conselho Consultivo foram: W. H. Bailey, Major J. J. Astor, MP., W. Harold Thomson, Lord IlifTe, Professor F. W. Ogilvie, Will Evans, Sir Roderick Jones, o conde de Elgin e Kincardine, major-general. Sir James CookeCollis, Lord Lloyd de Dolobran (famoso no British Council), Sra. Montagu Norman, Lady Denman, Lord Cadman, D'Arcy Cooper, Capitão Malcolm, Tenente-Col. Charles Kerr, MP., Major A. G. Church, P. J. Noel-Baker, MP., Capt. Ernest Evans, M P, Charles Dukes e Alfred Barnes, MP. (p. 417)

Figura 1: *Private scrap*



Fonte: Archives.com

Esse cartaz, feito por G. Cullen, foi destinado a exposição sobre sucatas, o “Soldado Sucata” era um personagem de desenho composto de vários resíduos, inclusive metal e borracha. A campanha é uma tentativa de mobilização dos civis, ligando-os com os esforços militares, sendo aquele que faz sua parte na arrecadação de sucatas ajudam a construir armas de guerra, como o bombardeiro Lancaster ao fundo da imagem. As primeiras campanhas de sucatas foram realizadas no início da década de 1940²⁶. As indústrias de guerra britânicas não poderiam desperdiçar nenhum material, principalmente os mais caros as produções de armamentos e de

²⁶ Informações sobre o cartaz disponíveis em https://www.nationalarchives.gov.uk/theartofwar/prop/production_salvage/INF3_0361.htm, e no catálogo INF 3/361 do National Archives, acessado em fevereiro de 2021.

veículos para o conflito. Essa mobilização total para a guerra aparece em várias de suas propagandas, na tentativa de unir os civis e os militares, convencendo os primeiros que sem suas atitudes a Grã-Bretanha não venceria a guerra.

Todas as funções eram sustentadas pela Divisão Geral de Produção (GPD) que fazia seu trabalho muito rápido, entre uma semana ou quinze dias, enquanto a prática comercial normal levaria até três meses. Seu trabalho era dividido em dois aspectos, literário e editorial, produção e publicidade. Os artistas que trabalhavam para a GPD poderiam ser convocados para as batalhas caso necessário, mas muitos deles eram chamados de volta devido aos grandes encargos do MOI. Essa divisão era subdividida de acordo com os meios de divulgação, seja livros, transmissão ou filmes. (HOLMAN, 2005) Sobre as publicações, Holman explica que:

A Divisão de Publicações era responsável por encomendar todos os folhetos, panfletos e livros necessário ao trabalho do MOI e outros ministérios, e pela supervisão dos próprios trabalhos do MOI, além de lidar com direitos autorais, distribuição, publicidade na imprensa e compra de material externo a ser distribuído pelo ministério. Portanto, ocupava uma posição chave não apenas dentro do MOI, mas no quadro mais amplo de contatos com outros ministérios e com editores externos. (HOLMAN, 2017, p. 204-205)

E ainda, a Divisão de Inteligência Doméstica, coletava as reações quanto a “moral” geral no tempo de guerra, já que, segundo Valerie Holman (2017) a propaganda tem um duplo efeito “no grande público a que se dirige, mas também na organização da qual provém e cuja sobrevivência ou poder depende da resposta desejada.” (HOLMAN, 2017, p. 198)

O Ministério produziu pesquisas e utilizou da inteligência secreta para acompanhar os sucessos ou os fracassos de sua propaganda. (WELCK, 2016) Esses levantamentos eram feitos para monitorar a opinião pública durante o conflito sobre eventos, políticas, reações a campanhas do órgão e o estado de moral. Os relatórios criados passaram a ser uma valiosa fonte de informações para os ministros e funcionários públicos que eram encarregados de conduzir o país durante a guerra e fornecer uma imagem vívida da vida no *home front*. Foram uma tentativa do governo de compreender o público durante a guerra, assim, podendo desenvolver melhores materiais para as campanhas informativas, bem como compreender o que estava sendo mais problemático às pessoas e tentar melhorá-lo na medida do possível. Portanto, essas pesquisas de opinião pública orientavam nas propagandas como

também na formulação de políticas governamentais.²⁷

Apesar de toda essa preparação, o MOI enfrentou na sua formação e fixação muitos problemas. A centralização de informações levou a rivalidades interdepartamentais, já que antes havia certa autonomia, além de uma oposição do próprio Ministério das Relações Exteriores, que afirmou que “a publicidade deveria ser servida e não dona da política.” (HOLMAN, 2017, p. 199)

As palavras do professor Frederic Bartlett, da Universidade de Cambridge, encomendadas pelo próprio Ministério e publicada em 1940, diziam informar o posicionamento do órgão sobre o papel da propaganda em uma democracia comprometida com a “guerra total”:

O que é democracia? A esta pergunta todos os tipos de respostas podem ser dadas. Do ponto de vista presente, no entanto, uma consideração evita todas as outras. No mundo moderno, pode-se dizer que a propaganda política foi adotada como ferramenta de um único partido político dentro do Estado. Isto é precisamente o que não pode acontecer, exceto de forma muito incompleta em um país democrático. Uma democracia difere de todas as outras formas de governo, pois deve conter sempre dois partidos mais políticos, cada um tratando o outro com um grau de respeito muito considerável. Embora cada partido possa desenvolver sua própria propaganda política, nenhum dos dois pode suprimir violentamente o do outro sem destruir o espírito da própria democracia. (BARTLETT apud WELCK, 2016, p. 7)²⁸

Outra questão considerada de grande relevância, era que o MOI deveria fazer frente ao Ministério de Propaganda Alemão, mas de uma maneira apropriada a uma sociedade democrática e aberta. Parecendo esse esforço ser entre forças centrípetas, o Ministério o superou com a centralização de suas funções e trabalhando através de organizações externas, cuja interação com o público não dava indícios de envolvimento do governo²⁹. Como abordado por Holman:

Para evitar provocar as mesmas reações negativas da propaganda alemã

²⁷ Grande parte desses relatórios de opinião pública britânicos, fontes de informação para os ministros e funcionários públicos, estão disponíveis no site www.moidigital.ac.uk/reports/.

²⁸ Do original: “*What is democracy? To this question all kinds of answers can be given. From the presente point of view, however, one consideration averrides all others. In the modern world, political propaganda may be said to have been adopted as the tool af a single political party within the State. This is precisely what cannot happen, except in a very incomplete way in a democratic country. A democracy differs from every other form of government in that it must Always contain at least two mais political parties, each treating the other with a very considerable degree of respect. Although each party may develop its own political propaganda, neither can violently supress that of the other without destroying the spirit of democracy itself.*”

²⁹ Em parte, essa preocupação com a ocultação também era um eco da Grande Guerra, em que o governo escancarou a propaganda, muitas vezes utilizando-se de mentiras ou manipulações visíveis, fazendo com que o público descreditasse de seus órgãos oficiais.

recente, a solução britânica foi distribuir pequenos livros e panfletos que não davam nenhuma indicação de que fossem outras do que publicações comerciais. (HOLMAN, 2005, p. 198)

Sendo assim, existe uma lacuna, uma falta de informações consistentes sobre o que era ou não publicado pelo MOI, a não ser algumas publicações oficiais³⁰. Esse rastreamento geralmente é feito com informações das próprias publicações, mas:

(...) devido a uma maior disposição para realizar excursões na fronteira entre o governo e a empresa privada e porque durante a Segunda Guerra o MOI continuou sua estratégia de invisibilidade, toda a extensão de seu programa de livros, periódicos e panfletos ainda não foi mapeada. (HOLMAN, 2005, p. 200)

Grande parte das editoras ou semelhantes que mantinham essa relação com o ministério, estava interessada, além do lucro, na distribuição do papel para que seus trabalhos continuassem correntes. Com o período de conflito, o papel passou a ser um dos produtos que entraram em racionamento. O fornecimento da matéria-prima para a sua fabricação estava cada vez mais escassa. O MOI, que tinha sua cota perante o governo, utilizava-se desta para negociar com as editoras. (HOLMAN, 2005)

Essa falta de informações consistentes não quer dizer que através dos indícios não consigamos fazer associações, pelo contrário. Em relação a nossa fonte primordial, a revista *A Guerra Ilustrada*, essa relação nos ajuda a compreender o porquê da falta de informações sobre o periódico.

Então, apesar de quatro anos de preparação o Ministério das Informações inglês só começou a agir concomitantemente a guerra. Face às dificuldades apontadas anteriormente para suas ações, erros foram cometidos, e esses causaram agitação na imprensa, que, ameaçada pela censura agiu negativamente, gerando uma série de mudanças estruturais ao longo da guerra, tendo em seu início uma rápida sucessão entre Macmillan, Reith e Duff Cooper como chefes do ministério. O último a

³⁰ Com a falta de papel perseguindo as publicações de livros, Robert Fraser, escreve um artigo afirmando que em tempos de guerra, os propagandistas deveriam ter como objetivo garantir efeito cada vez maior nas massas em pouco tempo. Essas publicações deveriam, além de ter um tratamento dramático, humano, usar muitas imagens, sendo que estas e as legendas tragam novamente o assunto que o texto reafirmou. Essas publicações, com maior durabilidade passaram a circular, abrangendo os principais temas da propaganda britânica. Os livretos oficiais, com um padrão de 9 por 6,5 polegadas, passaram a ser publicações oficiais do MOI que atingiram muito sucesso. Nove desses livros venderam mais de um milhão de cópias. "*The Battle of Britain*" apareceu em quarenta e duas edições e vinte e quatro idiomas. Percebemos pelas traduções, os esforços internos, mas também internacionais das publicações do Ministério. (HOLMAN, 2005)

ser nomeado foi Brendam Bracken, em julho de 1941, que se estabeleceu no ministério com o apoio do primeiro-ministro Winston Churchill e da imprensa.

Até essa estabilidade, o MOI atraiu escritores que satirizaram impiedosamente sua ineficiência inicial, reclamando da lentidão de operação, como apareceu em uma reportagem da Time em 1939:

Se a primeira tarefa de Lorde Macmillan foi desfazer a reputação da inteligência da Grã-Bretanha, ele não poderia ter começado de maneira mais brilhante. Ninguém poderia acusar a propaganda da Grã-Bretanha de funcionar bem semana passada. Foi desajeitado, amadorístico, de início lento, deu a impressão como a de um sincero show, mas mal encenado em que os ajudantes de palco deixavam cair coisas durante grandes discursos, e a cortina desceu na hora errada. (TIME apud LARSON, 1941, p. 419-420)

As primeiras censuras direcionadas a imprensa, do ataque aéreo a Londres e do naufrágio do transatlântico *Athenia*, segundo Cedric Larson (1941) causaram uma grande agitação na imprensa interna e para os correspondentes estrangeiros em Londres, que se valiam das divulgações de notícias europeias através da capital britânica. Houve demora para poderem divulgar as informações, discordância quanto o caso e ainda, Berlin prontamente divulgando a negação do ataque ao navio, afirmando ser uma história de Churchill para trazer a América a guerra. (LARSON, 1941)

Ao analisar os esforços propagandísticos britânicos aos Estados Unidos, o historiador Stephen Budiansky (2019) afirma que houve uma propaganda maciça para influenciar a opinião popular estadunidense, através do Ministério das Informações, cujo trabalho era propagandear em favor do esforço de guerra. (BUDIANSKY, 2019) Churchill, objetivava o apoio dos Estados Unidos e a saída do “neutralismo” que se encontrava para unir esforços contra a Alemanha. Porém, grande parte da opinião pública estadunidense estava contra a entrada do país em mais um conflito dessa magnitude, e apesar de Roosevelt apoiar os aliados, a política não estava à frente da opinião pública. Começou, portanto, um jogo de propagandas para um país não apenas oficialmente fora da guerra, mas também receoso em relação a manipulação exterior. Adotou-se então uma rigorosa “política sem propaganda”, cujas informações limitavam-se a “fatos verdadeiros”, mas sempre com a perspectiva que lhes convém. (BUDIANSKY, 2019)

As acusações condenatórias ao MOI se concentraram no seu período inicial,

de 1939 a 1941, expressadas em termos inteiramente negativos, como a censura, a inutilidade e o uso indevido de pessoal, não observando os feitos ministeriais. E ainda, disseminar uma propaganda que não parecia ser propaganda acabou mascarando muitas de suas atividades através de empresas comerciais e outras organizações, assim, muitos dos empreendimentos mais eficientes ficaram indocumentados. (HOLMAN, 2017) Sua eficiência não só se provou, quanto durou até o final da guerra, sendo dissolvido apenas em 1946, com suas funções atribuídas a partir de então ao Escritório Central de Informações (COI).

Durante o período de funcionamento o Ministério das Informações reuniu profissionais de diversas áreas, sendo romancistas, jornalistas, publicitários, desenhistas, entre tantos outros, para se dedicarem ao serviço da propaganda.

Tendo em vista os aspectos observados, percebemos que o governo inglês se preocupou com a propaganda desde o início da década de 30. Apesar de carregar em seu nome uma áurea negativa, os métodos de convencimento da população buscando influenciar a opinião pública que a propaganda proporciona, foram amplamente discutidos e utilizados.

O fato de observarem a propaganda nazista com apreensão, de criarem departamentos para disseminar uma boa imagem britânica no exterior, e de produzirem um “esqueleto” de um ministério com este fim, mesmo que em segredo, ajuda-nos a compreender que anterior à deflagração de guerra, já era levado em consideração que ela ultrapassaria os *fronts*, que seria um conflito em que os civis teriam que ser convencidos do seu papel perante o inimigo, e este, ser posto a população (*home front*), aliados e neutros como alguém a se manter distância. Seria uma guerra de nervos, que superaria todos os meios de publicidade já utilizados.

Durante toda essa década, a Inglaterra - que nas propagandas era referida como Grã-Bretanha e seu Império - manifestou um imenso esforço para formar um conjunto a favor da propagação de uma boa imagem britânica, sabendo que todo o seu comércio além-mar deveria ser mantido e com a ascensão do poderio nazista poderia ser muito atingida. Portanto, disseminando poder (que nem sempre era real) e buscando conter as influências nazistas.

Com a oficialização da guerra, o país continuou com seus artifícios, vindo a público o próprio Ministério das Informações. A Inglaterra, mesmo enfraquecida, vulnerável, dependendo da entrada dos Estados Unidos para equilibrar forças perante

o Eixo, se valeu de vários mecanismos e métodos da propaganda nos mais variados meios de comunicação a seu favor.

Outro fator a se destacar, foi a preocupação dos legisladores e da própria imprensa britânica, entre a propaganda ser concebida e implementada e de manter uma sociedade democrática que valorizava a liberdade, opondo-se a seus inimigos. Essa apreensão apareceu em vários discursos políticos e nas próprias publicações. O MOI passou a trabalhar na fronteira entre o público e o privado, ocultando muitas vezes os indícios de participação governamental. Desse modo, disseminou ideias políticas com propaganda que nem parecia ser propaganda, usando da ocultação e do verniz da verdade como recursos para tornar a propaganda mais persuasiva.

Em suma, a vertente editorial direciona o material produzido. Analisaremos a seguir a propaganda política que se encontra nos periódicos estudados, compreendendo de que forma esses princípios defendidos são difundidos e utilizados como persuasão, lembrando que toda a organização das revistas objetivava um resultado específico.

3 POR QUE LUTAMOS?

Enquadradas nas características da propaganda política de guerra, as revistas *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda* faziam parte dos esforços de guerra para combater os inimigos e para a aproximação de aliados através dos discursos escritos e visuais, esforços estes que se caracterizaram como “um conjunto de direcionamentos e orientações nas atitudes sociais e militares e na disposição dos recursos em função da meta a ser atingida”. (LEÃO, 2015, p. 10) A amplitude e as estratégias dessa propaganda merecem uma atenção específica.

Uma otimização dos recursos, das formas, das cores, do conteúdo a ser propagado, são artifícios utilizados cuidadosamente para obtenção dos resultados almejados. O objetivo final, o “produto” a ser “vendido” por essa propaganda é, a priori, indesejado à sociedade. A guerra não está entre os desejos da maioria das nações. As pessoas não querem ir para os campos de batalha que todos sabiam ter muitas baixas; os que ficam não querem perder seus entes queridos. Portanto, que tipo de discurso se faz necessário na tentativa de persuadir as nações a abraçar uma causa que a priori é indesejada? (CITELLI, 2002)

Para cumprir seus fins os periódicos veicularam alguns princípios identificados através da catalogação. Alguns termos, expressões e valores se repetiram em ambas as publicações. Ideais político-ideológicos eram transmitidos para aproximar os países colaboradores ou conquistá-los.

O poderio militar foi bastante abordado pelas revistas. Propagar a força, a autoridade, a autonomia, todos os quesitos para um embate frontal, buscando convencer seu público sobre quem apoiar, enfatizando que o lado que sairia vencedor seria o mais preparado belicamente. Das 417 reportagens de *A Guerra Ilustrada*, 194 mostram o poderio bélico da Inglaterra, o que corresponde a 46,5%. E de *Em Guarda*, de 730, 231 delas são da força de combate, ou seja, 31,6%³¹. Porém, mostrar o poderio militar não era suficiente para o convencimento da opinião pública, era necessário demonstrar os motivos para a guerra, o que envolvia os valores a serem defendidos.

³¹ O critério utilizado para a catalogação das referências ao poderio militar nos periódicos analisados consistiu na análise temática das reportagens que privilegiaram tópicos como “as armas utilizadas, a indústria bélica nacional, a superioridade bélica, as batalhas, o poder da marinha, do exército, da força aérea, entre outros, tanto dos Estados Unidos como da Inglaterra.

Por isso, ao ler os periódicos, analisando as entrelinhas, já que no trato com a imprensa “faz-se necessário refletirmos sobre como determinada publicação se constitui como uma força histórica ativa num determinado momento, isto é, como se constitui como sujeito, como se coloca e atua em relação à correlação de forças naquela conjuntura [...]” (CRUZ & PEIXOTO apud VIEIRA, 2013, p. 04), percebemos que havia mais que a veiculação da força, havia a veiculação de ideais por parte de ambos os países. Ideais estes defendidos com o intuito de influenciar a opinião e a conduta da sociedade, conforme defendeu Jean-Marie Domenach (1963).

Através da análise das fontes, pudemos constatar que tanto *A Guerra Ilustrada* quanto *Em Guarda* vinham carregadas de um forte discurso maniqueísta, o qual associava Estados Unidos e Inglaterra como o bem absoluto, o extremo oposto dos países do Eixo. Esse tipo de discurso propagado nas revistas, pode ser observado de forma mais nítida levando em consideração a repetição de certos conceitos e valores. Os Aliados, especialmente EUA e Inglaterra estavam sempre associados à democracia, à liberdade e à um ideal de humanidade, enquanto os países do Eixo representariam a destruição desses ideais. Ademais, esse tipo de discurso, extremamente persuasivo, não deixava espaço para neutralidades, não estar aliado aos Estados Unidos e Inglaterra significaria estar vinculado ao mal, daí seu forte caráter propagandístico.

Era necessário aproximar as duas esferas sociais, os valores disseminados pelos países de origem das edições e a militarização, aproximando a população dos campos de batalha, apontando ainda a necessidade de ambas as lutas, nos *fronts* e além destes, para manter o mundo em paz, em prol da obtenção do apoio necessário e de um suporte de legitimidade à causa aliada.

Essa propaganda era importante para os beligerantes, já que para se manter na guerra era necessário mais do que a declaração bélica e a vontade de ganhar - ou defender suas causas como propagado - era necessário apoio econômico, materiais, força de trabalho, jogo político, controle da opinião e pessoas dispostas a defender sua pátria nos *fronts*. Portanto, a propaganda de guerra foi uma ferramenta fundamental durante a Segunda Guerra e os conflitos depois desta, tornando-se uma arma tão eficaz e importante quanto os armamentos.

Posto isso, abordaremos algumas dessas características, procurando identificar como eram feitos os discursos propagandísticos através das revistas, que

ideais eram defendidos, quais estratégias utilizadas para a aproximação dos países e dos *fronts* internos e externos, enfim, quais formas de convencimento eram veiculadas através da mídia impressa pelas revistas *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda*.

3.1 OS IDEAIS DE DEMOCRACIA E LIBERDADE

Sendo consideradas expressões da propaganda de guerra oficial britânica e estadunidense, as revistas *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda* difundiam os propósitos dos Estados, ou seja, buscavam apoio econômico, material, físico e político para resistir ao conflito e para suas pretensões pós-guerra.

Essa propaganda maciça projetada para influenciar a opinião pública no continente americano³², cujas revistas são consideradas representantes, tentavam aproximar os países. Lembrando que, por questões geopolíticas, EUA buscava muito mais a hegemonia continental, enquanto Inglaterra volta-se à América com interesses nas matérias primas e a contenção do avanço do Eixo no Atlântico, conforme será discutido à frente. A imagem de defensores dos ideais democráticos e da liberdade, tornava-os aliados dignos de uma causa difundida como justa.

Destaco aqui o primeiro princípio da propaganda de guerra elencado por Morelli (2002): sempre é o inimigo que inicia a guerra, por essa razão é necessário propagandear uma postura defensiva, de resistência, por conseguinte, justificada, que não pode ser associada aos excessos da guerra. Ao efetuar a declaração, ou até mesmo antes da formalização do conflito, para muitos, é preciso assegurar como preliminar que não queria a guerra, apresentar-se ao lado da paz. Em geral, a guerra e seu cotejo de horrores não são populares a priori. Precisam estar embasadas, e o medo de perder o que tem, de se tornar “escravo” - como veremos - de ceder sua vida, liberdade, sistema de governo, e tudo que há de mais importante, conhecido para àquela sociedade, e para as demais que corroboram desses ideais, justificam a mobilização bélica.

A união de pátrias com valores e interesses em comum, reforçava a ideia de

³² O objetivo principal dessa dissertação é analisar como a propaganda de guerra dos aliados, veiculada pela Inglaterra e EUA através das revistas *A Guerra Ilustrada* e *Em guarda* era formulada, quais características podem ser destacadas para o convencimento da opinião pública em versões portuguesas. Porém, sabe-se que o periódico britânico era difundido dentro do próprio país, França, Arábia e Portugal, e que *Em Guarda* contava com traduções em espanhol e francês, para ser veiculada em toda a América Latina.

que esses países, os quais a propaganda chegava, deveriam juntar forças contra um inimigo em comum.

Esses ideais evidenciados através de uma leitura sistemática das publicações não devem ser aqui tomados ou não como verdades. O intuito da propaganda política é influenciar opiniões, sentimentos e atitudes do público, para isso une técnicas de informação e persuasão que, de forma planejada e racional divulgam vantagens, qualidades e superioridades de produtos, serviços, ideias, doutrinas e instituições, cujo objetivo é a conquista ou a conservação do poder. (BARBOSA & RABAÇA, 2001) Ou ainda, de acordo com Silva (1976), no sentido político, a propaganda é a divulgação de doutrinas, opiniões e informações baseadas em verdades ou não, com o fim de influenciar o comportamento do público em geral ou de um grupo de pessoas. Essas mensagens veiculadas eram escolhidas pelos órgãos editores, representantes diretos dos Estados, portanto, uma estratégia calculada para conquistar seu público. O que não quer dizer que em algum momento, no interior desses países, os valores aqui abordados de liberdade e democracia não estejam presentes e façam parte do seu *ethos*.

Mostraremos como esses ideais eram apresentados nas revistas, buscando fortalecer a união entre as nações que deles compartilham, bem como algumas discussões que podem ser levantadas a partir de tais aspectos.

A propaganda de guerra é um discurso unilateral, com um claro senso de contraste com seu inimigo. Assim, durante a narração, estratégias verbais em primeira pessoa demonstram aspectos essenciais, discursos do posicionamento da nação- ou das nações ao se referir aos “aliados” ou as “nações unidas” - diante da guerra. Esse discurso com posicionamento claro, indica haver um discurso contrário, agressivo, que tenta destruir os ideais por estas nações defendidas. O discurso verbal, está integralmente associada ao visual na formação de um texto uníssono, unidos contra as “forças agressoras” que ameaçam o mundo. Segundo o historiador Carlos Roberto Souza (2011), ao analisar o discurso da revista *Em Guarda*³³, a linguagem da revista tentou atrair simpatia a causa aliada, então, percebendo que, para o leitor talvez seu discurso soaria estranho, usa a retórica de comparação demonstrativa. Esta acontece, pois, sua voz manifesta tanto sua própria moral, religião, superioridade ideológica

³³ O autor mencionado, vinculado a Universidade do Texas, fez uma pesquisa com autorização do Instituto Nelson Rockefeller, e utiliza como fonte a tradução espanhola, *En Guardia*. Destaco aqui que o conteúdo de ambas abordados nos artigos lidos são equivalentes, mudando apenas o idioma.

quanto a natureza equivocada e malévola de seu oponente.

Esses aspectos foram identificados após a seleção temática apontada anteriormente, na busca pela compreensão das estratégias visuais e textuais utilizadas para produzir uma mensagem eficaz e coerente para o período. Ademais, hoje seria difícil medir a resposta do público para as mensagens das revistas, assim, voltaremos a questões relacionadas ao conteúdo, a que tipo de material temático essas revistas procuraram disseminar.

Além dos aspectos intrínsecos a narrativa textual da propaganda, o aspecto quantitativo é essencial para compreender de que maneira os ideais e valores da liberdade e da democracia estiveram presentes em ambos os periódicos, de que forma eles se manifestaram e foram introduzidos nos textos escritos e visuais.

No período de vigência da revista *A Guerra Ilustrada*, aproximadamente 56 reportagens citam esses ideais e valores, arduamente defendidos como legados. Dessas, 38 aparecem nos primeiros anos da revista, até 1942. Na *Em Guarda*, os termos são destacados por aproximadamente 41 vezes. Nesta revista, no mesmo período inicial, até dezembro de 1942³⁴, 19 reportagens abordam a promoção da democracia e da liberdade³⁵.

Já na capa de sua primeira edição, em julho de 1940, a revista britânica, trouxe em destaque uma imagem de dois caças *Sptifire* em voo, declarando que chegavam a 800 km/h e afirmaram que “[...] destruirão o sonho alemão de domínio [...]” (AGI, Jul. 1940, capa) Essa chamada é sequenciada na primeira reportagem intitulada “Pela Liberdade”, a qual descreve o mundo ameaçado pela “bota alta nazi”. A “guerra nazista” é direcionada a humanidade, e o objetivo alemão é impor “um cruel despotismo”. Porém, o “poderoso” império britânico, juntamente com seus aliados, aqueles que negam essa expansão e compartilham da mesma vontade e função de libertar o mundo, se colocaram no caminho para detê-los, assim salvaguardando as nações. (AGI, jul. 1940, p. 02)

Na página seguinte há uma descrição da Grande Guerra, considerada iniciada “pelos loucos de poder” novamente contra a humanidade. Mas naquele momento afirmavam que “o sonho do senhor da guerra [Hitler] tinha de conquistar o mundo foi

³⁴ Lembrando que a revista *Em Guarda* iniciou sua produção em outubro de 1941, enquanto *A Guerra Ilustrada* em julho de 1940, por isso, o caráter de destaque desses valores no início das edições permanece, mesmo os valores sendo diversos.

³⁵ Foram catalogados aqui quando esses termos aparecem em destaque, sem contar quando estão subentendidos em atitudes dos combatentes ou nos *home fronts*.

desfeito”, enquanto o poder do império britânico fez-se aumentar. A matéria seguia afirmando que em 1940, o *Führer* teria trilhado novamente “o velho caminho de domínio do mundo pela Alemanha”, mas, o seu “orgulhoso sonho” de conquistar as nações livres, estava condenado ao fracasso final, pois a Grã-Bretanha, de acordo com a revista, teria os melhores pilotos e aeroplanos, e logo estaria em superioridade numérica. (AGI, jul. 1940, p. 03)

Apesar do cenário se apresentar como tenebroso para os britânicos, não poderia transparecer na propaganda. Uma dosagem entre a força alemã que estavam enfrentando, e a imagem britânica que disseminavam, associada ao bem, a liberdade e a democracia, que estava em franca ascensão militar e com cada vez mais força e aliados era o ideal a ser propagado.

E já na sua edição de abertura, os objetivos ficaram explícitos. Como abordou o historiador britânico Jonathan Rayner³⁶, as revistas invocaram um forte caráter nacionalista, uma moralidade, características de nobreza e heroísmo, ao mesmo tempo que demoniza o inimigo. (RAYNER, 2014)

É importante destacarmos o modo como a revista apresentava uma narrativa visual articulada em total consonância ao escrito. Nessa mesma reportagem destacada, foi apresentada três imagens. Acima do escrito estão líderes britânicos preparando estratégias e ao lado direito Hitler planejando suas futuras conquistas. Logo abaixo, com maior destaque uma parada de aviadores canadenses, em que a revista afirmou que os campos de aviação espalhados pelo império estão treinando jovens e corajosos pilotos para a vitória, mesmo a proporção numérica de aviação sendo cinco para um a favor dos alemães. E, na página anterior, ao se tratar da liberdade o destaque são peças de artilharia prontas para o combate. Ou seja, o inimigo é forte, bem armado, mas a honra de defender não só o império, mas a humanidade contra a dominação prevaleceu. E é visível como, apesar da disparidade de poderio, os britânicos são colocados superiores ao Eixo, pela qualidade e defesa de seus ideais apresentado não só pelos textos escrito e visual, mas pelo *design* editorial que chama atenção para a força britânica. (AGI, jul. 1940, capa, p. 02-03)

³⁶ O historiador Jonathan R. Rayner, professor da Universidade de Sheffield, na Inglaterra, fez um projeto entre os anos de 2014 e 2016 sobre a revista *A Guerra Ilustrada* durante a Primeira Guerra Mundial. Destaco que os objetivos e estratégias utilizadas em ambas as edições se assemelham, salvo exceções específicas do contexto histórico de cada publicação.

Figura 3: Pela Liberdade



O TODO ALTÍSSIMO de 1914 levou os povos alemães, loucos de poder, a uma guerra contra a humanidade. Tudo parecia favorecer o êxito da agressão desencadeada. Houve necessidade urgente dos exércitos coloniais franceses para garantir a frente ocidental; a esquadra alemã era grande e formidável; a entrada dos Dardanelos estava em poder dos turcos contra os Aliados. O sonho que o senhor da guerra tinha de conquistar o mundo foi finalmente desfeito após uma longa série de êxitos imponentes; firmemente, conforme os meses passavam, o poder mundial do Império Britânico fez-se sentir—como uma vez mais está fazendo.

O FÜHRER de 1940 traça de novo o velho caminho do domínio do mundo pela Alemanha. Desta vez a insignificante esquadra alemã foi rapidamente reduzida a menos do que a uma pequena potência. Vastos exércitos coloniais estão livres para operar no Oriente—e a Turquia manterá os Dardanelos abertos, caso seja preciso, para a Grã-Bretanha. O orgulhoso sonho de Hitler, de que o poder no ar poderia conquistar as nações livres, está condenado a fracasso final, pois a Grã-Bretanha tem melhores aeronaves e mais pilotos e está definitivamente a caminho da superpotência aérea. Em tanto: Parada de aviadores canadenses.

Fonte: AGI, jul. de 1940, p. 03.

A Grã-Bretanha, mais do que protetora de seus cidadãos é considerada que como “herdeira de liberdade”, e colocada como “baluarte de toda a civilização ocidental”. A “ilha fortaleza”, como é chamada, deve ser protegida, pois Hitler e suas forças já tomaram a maior parte dos países europeus, e ainda, os “ataques do Ocidente” contra Hitler continuam. Portanto, além do império ser considerado herdeiro desse ideal, ele o defende frente às forças ditatoriais e agressoras, e só desistirá se for derrotado, está “Nas costas da Grã-Bretanha” como destacado no título. (AGI, out. 1941, p. 03)

Os valores apontados como um legado britânico, são abordados na revista como defendido por todo o império. Segundo Passetti, “O império Britânico foi a mais

forte potência planetária, tendo ampliado seu poder entre 1815 e 1939, através da expansão da sua indústria, comércio, finanças e de sua capacidade bélica.” (PASSETTI, 2016, p. 02) A Grã-Bretanha expandiu-se pelo mundo, e, diante da guerra, buscou demonstrar que todo seu império lutaria a seu favor, defendendo os mesmos princípios. O auxílio dos seus domínios é mencionado desde 1940, mas em 1941, a revista aborda uma defensiva contra o que chamaram de “mentira nazi”. (AGI, dez. 1941, p. 10-11) Segundo a reportagem, a propaganda alemã estava anunciando a dissolução do Império Britânico, que se mantinha por tirania e coação. *A Guerra Ilustrada* reage já no enunciado: “DE TODO O MUNDO CHEGAM DONATIVOS PARA AUXILIAR A FÔRÇA AÉREA BRITÂNICA - O Império auxilia o esforço de guerra da Mãe-Pátria. As libras e os pences juntos somam mais de £ 10.000.000 destinados a aviões de caças e bombardeamento.” Segundo seus redatores:

Essa mentira fazia parte, é claro, da propaganda mundial, espalhada pela Alemanha de que a Grã-Bretanha os seus Domínios e as suas Colônias por meio de tirania coação. Ambas estas atoardas foram desmentidas pelos factos, e entre os factos mais comprovativos sobressaem as dádivas feitas por centenas de milhar de individuos, que espontaneamente oferecem o seu dinheiro que de todas as partes do mundo chegou à Grã-Bretanha para ser empregue em aviões de caça e bombardeamento para a Real Fôrça Aérea. Tanto as Colônias como os Dominios como Estados e Provincias estrangeiras, homens e mulheres de todas as classes sociais, pessoas de bens e simples camponeses, todos contribuíram de bôa vontade, sem que para isso se tenha empregado a mínima persuasão. Foram assim doados mais de dez milhões de libras que a tanto montaram os incontáveis milhares de oferecimentos particulares³⁷. (AGI, dez.1941, p. 10)

Tanto texto, quanto as imagens, apontam o apoio das colônias e dos domínios britânicos como aliados ativos, e que, apesar de não serem independentes, tem um sentimento de gratidão e afeto com a “mãe-pátria”. Líderes de *South Mara*³⁸ segundo a reportagem, afirmaram: “Temos tido ocasião de verificar que os ingleses em vez de exercerem um governo duro, nos permitem que com eles colaboremos como irmãos, na obra de libertarmos nosso país das trevas e estupidez do passado.” (AGI, dez. 1941, p. 11)

Desse modo, segundo o que é propagado é imprescindível que outras nações se aliem compartilhando e defendendo os mesmos ideais. Já em dezembro de 1940 é anunciado na capa “Os holandeses seguem batendo pela liberdade”. (AGI, dez.

³⁷ A grafia original das revistas foi mantida em todas as citações dessa dissertação.

³⁸ Região da África Setentrional.

1940, capa) É afirmado que holandeses e poloneses estão desempenhando papel importante na guerra aérea britânica, que “vive, trabalha e combate” contra os planos da “máquina de guerra nazi”. A edição destaca ainda que o império e seus aliados, uns ativos e outros ainda passivos, “ajudam-na na sua luta pela preciosa liberdade da espécie humana.” (AGI, dez. 1940, capa)

A partir de 1941 as menções de aliados à causa da liberdade são enaltecidas. Gregos, belgas, poloneses, checos, franceses, australianos, posteriormente brasileiros, todos os “homens livres” uniam-se pela causa comum da liberdade, como é citado em março de 1941:

A armada da Polônia, tripulada por excelentes marinheiros, seguiu combatendo durante todo o agreste inverno do Mar do Norte e Atlântico- lado a lado com seus aliados britânicos, sob o comando da Marinha Real. O sangue destes marinheiros ferve com a ardência do seu ódio e cólera. Eles viram sua pátria destruída, os seus compatriotas escravizados. Resolveram que mais vale morrer do que viver num mundo dominado pelo hitlerismo. E ela é partilhada pelos mais poderosos povos do mundo - os da Comunidade e Império Britânicos e dos Estados Unidos da América. (AGI, março 1941, p. 11)

E se tratando dos Estados Unidos, a relação apresentada pela revista é de inteira cooperação, mesmo antes da entrada oficial do país na guerra. Já que a democracia e liberdade humana eram partilhados por ambos os países. Em “Asas da democracia”, a reportagem afirma que novo caça americano está sendo incorporado à *Royal Air Force* (RAF), que juntamente com outros aparatos de guerra formam “O arsenal da Democracia na América”, que significa “o esmagamento de Hitler e tudo que ele personifica.” (EG, abr. 1941, p. 04)

E em agosto desse mesmo ano a manchete trouxe uma fala do presidente Roosevelt, em que dizia: “...Eles precisam de aeroplanos...DA AMÉRICA ÊLES RECEBERÃO AEROPLANOS” até o formato das letras da edição dava ênfase a cooperação americana³⁹ para servir a causa da liberdade, contribuindo através da fabricação de artefatos bélicos. (EG, ago. 1941, p. 06-07) O “Arsenal da Liberdade” volta a ser destaque em novembro, em que explica o Projeto de Empréstimo e Arrendamento de março de 1941, como sendo o conversor da gigantesca produção industrial dos EUA num “verdadeiro arsenal da liberdade”, afirmando ainda, que antes

³⁹ Ao se tratar do termo “americano”, a revista *A Guerra Ilustrada* refere-se diretamente aos Estados Unidos, sendo esse termo respeitado. Quando não se tratar diretamente da fonte, o termo utilizado será estadunidense, já que entendemos que “americano (s)” são todos os povos do continente.

mesmo da aprovação, já havia produção bélica, o que fortalecia as forças armadas da “Comunidade das Nações Unidas”. (EG, nov. 1941, p. 6-7)

O suprimento de material bélico para os aliados foi substancial. Mesmo os Estados Unidos não estando oficialmente na guerra, com a “*Lend Lease Act*”⁴⁰ foi permitido o fornecimento de armas e ajudas aos países que se projetavam como democracias. A nação americana passou a ser, a partir de então, o “arsenal das democracias”. (SCHURSTER, 2013)

Portanto, a imagem que a revista transmitia era que EUA e Grã-Bretanha partilhavam dos mesmos ideais e estes eram os motivos pelo qual a reconversão estadunidense, a mobilização da opinião popular e posteriormente a entrada oficial na guerra se justificaria. Salvar o mundo, proteger as instituições, as liberdades de pensamento, política e econômica.

No que tange aos dois primeiros anos dos EUA em guerra, a revista *Em Guarda* tem edições que se assemelham muito à britânica nos quesitos de propagandear um discurso em que seriam defensores de certos valores, como a democracia e liberdade, ideais, moral e sentimentos nacionais.

Sua primeira edição, datada de outubro de 1941, apresenta uma homenagem a Marinha de Guerra. Quase todas as reportagens dessa primeira edição tratam da força e do poderio naval. Mas, ao abri-la, na sua primeira página discursiva a revista justifica sua edição: “Órgão de divulgação dos fatores principais que afetam o presente e o futuro dos povos.” (EG, out. 1941, p. 01)

O país foi apresentado como o ideal do pacifismo e do desarmamento, mas essa mentalidade foi alterada ao ver o Ocidente ameaçado, sendo o “pigmeu” confrontado por “um gigante da agressão estrangeira”. (EG, out. 1941, p. 01) O presidente Roosevelt - posto como paladino da democracia - e todo o poderio dos EUA seriam colocados para proteger às Américas das nações agressoras. Nas suas palavras:

A aspiração democrática não é apenas um aspecto hodierno da história da humanidade. Ela é a própria história da humanidade. Ela se entretceu na vida antiga dos povos primitivos. Flagelou de novo no Idade Média. E ficou consagrada na Magna Carta. Nas Américas o seu ímpeto tem sido irresistível. A América tem sido o Novo Mundo em todas as línguas e para todos os povos, não porque este continente tivesse sido terra recém-descoberta, mas

⁴⁰ *Lend-Lease* foi o programa através do qual os Estados Unidos da América forneceram, por empréstimo, a algumas nações aliadas, armas e outros suprimentos, entre 1941 e 1945.

sim porque todos os que aqui aportaram abrigaram a confiança de que aqui poderiam criar uma vida nova, vida que seria nova por sua liberdade.” (EG, out. 1941, p. 01)

A construção narrativa do texto, transmite ao leitor a sensação de que o narrador conversa com ele, defende arduamente o fundamento de que os EUA só estava se preparando, pois, o inimigo estava para atacar. Nas palavras do discurso da revista: “Contra esse uso da força, desgraçadamente, só a força pode valer.” (EG, out. 1941, p. 01)

Na sequência, exaltando o poderio naval, a Marinha de Guerra dos Estados Unidos é chamada de “arma da liberdade”, que mantém os mares livres para as nações independentes do “Novo Mundo” trafegar e fazer comércio em total liberdade. (EG, out. 1941, p. 03)

Em “Marinha da democracia” o editor deixa claro que parte da vontade do povo a possibilidade de realizar um programa naval dos Estados Unidos, mais do que duplicando suas frotas, e ainda, nas palavras do almirante Harold R. Stark, chefe das operações navais: “O povo dos Estados Unidos, convicto do valor da liberdade e da democracia, não hesitou em dedicar todos os seus recursos e todo o seu engenho para forjar uma arma da liberdade capaz de dominar os mares e perpetuar a democracia.” (EG, out. 1941, p. 33)

Seu segundo exemplar reforça a propaganda dos ideais democráticos com o título inicial “O arsenal da democracia”, esse número sinaliza para os recursos estadunidenses utilizados “para defesa da vida independente”. É mostrado o poder industrial que os EUA já têm e seus planos futuros de mobilização. (EG, nov. 1941, p. 01) Destacamos que esses dois números foram editados quando o país ainda não estava oficialmente na guerra, por isso reforçam o seu poderio, justificando a defesa e soberania dos mares americanos, já que mundialmente havia uma agitação para sua entrada na guerra, e na América Latina, riscos de perder a hegemonia continental frente ao estreitamento das relações entre os países do Eixo e os Estados latino-americanos.

É imprescindível o destaque de particularidades verificadas nas publicações. Inglaterra publicou o periódico voltado a Europa e alguns locais da América, caso o Brasil. Por seu lado, *Em Guarda* exalta os valores americanos, a cooperação, a liberdade de comércio entre os países e o auxílio mútuo para a defesa continental, já que a revista está inserida na Política de Boa Vizinhança, e é usada como método

persuasivo a essas nações. O termo “nações unidas”, que frequentemente designava as “nações aliadas”, foi usado também para se referir à cooperação interamericana, cujos países eram o público-alvo da revista.

Porém, EUA se mostrou como protetor dos ideais mundiais- colocados como se todas as nações convergissem ao que era propagado. Em outubro de 1941, afirma “um plano para um mundo melhor” adotado por Roosevelt e Churchill para restaurar a economia mundial, a qual se baseia na liberdade econômica, política, soberania da nações e libertação do temor e das privações ocasionadas pelo *terceiro reich*. (EG, out. 1941, p. 34)

Em nome da liberdade e independência do país e do continente, a declaração de guerra é apresentada na edição de dezembro, que trouxe também uma reportagem tratando da chegada da guerra no hemisfério. Nesta, deixa claro que a sociedade estadunidense, apesar de diversa, imediatamente expressou uma solidariedade nacional “que só uma democracia pode demonstrar”. (EG, dez. 41, p. 05)

Assim, as duas frentes dos discursos de propaganda são verificadas, os valores e ideais a se defender, com uma forte identidade nacional e o poderio bélico para isso, com um povo disposto a se mobilizar.

O que se segue são reportagens que defendem, além da democracia e liberdade, os direitos essenciais, como a vida. A vitória dos aliados, seria a vitória da justiça e de tudo que essas nações representam, sendo o povo estadunidense “fiéis a essa divina herança”. (EG, jan. 42, p. 02)

Sendo assim, a propaganda disseminada até 1942 traz como força motriz de ambas as revistas seus princípios éticos e morais, com essas nações sendo colocadas como protetoras mundiais e dos princípios do bem. Para isso a força bélica era necessária para que fossem capazes de defender os seus países e os demais que lutassem pelos mesmos ideais propagados. Ao leitor que compartilha dessas convicções, fica claro qual lado apoiar, já que as publicações dão pouco espaço para interpretações. Segundo Souza “talvez devido a indução necessária da mensagem de propaganda para a suspensão da descrença, a combinação de texto e imagem foi a maior parte do tempo simples e direta com pouco espaço para interpretações conotativas por parte do leitor.” (SOUZA, 2011, p. 04)

Moralmente as disputas não são iguais. Sempre, ao se referir aos armamentos, as novas tecnologias de guerra, ou então ao auxílio de armas à outras

nações, a revista apresenta esses recursos bélicos defendidos a favor da democracia e da liberdade. Enquanto isso, os inimigos são colocados como aqueles que armam para escravizar a humanidade. A tecnologia aliada serve para salvar vidas e proteger as instituições, enquanto as do Eixo servem para subjugar o gênero humano.

A partir do final de 1942 e início de 1943, o tom discursivo da propaganda começa a se alterar, coincidindo com o período em que a guerra começou a virar a favor dos aliados. Em *A Guerra Ilustrada*, até o cessar do periódico tivemos mais 15 reportagens que reforçam os valores e concepções relacionados a democracia e a liberdade, enquanto na *Em Guarda*, cerca de 14. O que então era representado pela proteção e aumento da mobilização bélica, bem como de alianças para defender seus princípios frente ao inimigo, passa a ser a conclusão de campanhas e de vitórias. Mas mesmo não tendo um papel central nas propagandas, esses valores abordados estão presentes nos discursos como o que move os cidadãos e seus líderes a continuar a guerra e retomar os locais conquistados.

Em janeiro de 1943, em “O GENERAL SMUTS FALA AO MUNDO”, *A Guerra Ilustrada* traz excertos de um discurso do Chefe da África do Sul perante as Assembleias do Parlamento em outubro de 1942. (AGI, jan. 1943, p. 5-7). Esse discurso otimista, expõe Churchill como um excelente dirigente e o povo britânico como resistente moral e que “[...] apesar de tudo esta grande Comunidade continua a ser o fulero⁴¹ da defeza contra o mais horrível dos ataques perpetrados contra os direitos e liberdades humanas. As tempestades e os revezes deixam-na inabalada.” (AGI, jan. 1943, p. 6) O discurso apresenta uma retomada dos três primeiros anos com ações defensivas, com aliados que sofreram, mas continuam a defender seus valores. Mas encaminhando ao término da reportagem, o general Smuts disse que se iniciou uma nova fase, de ofensivas. Segundo ele:

No fundo e de todas as consequências desta guerra surge a interrogação mais importante posta perante o mundo: que se deve escolher? O espírito livre do homem e o idealismo moral que moldou os valores e ideias da nossa civilização ou esse horrível substituto, essa louca obsessão que se ressuscitou da vida subterrânea do passado?

Em última análise é este o significado da guerra. No fundo, esta guerra é, portanto, uma nova cruzada, luta-se para evitar que morram os direitos e as liberdades humanas, luta-se para defender os ideais de cada um e a vida moral e espiritual do homem...

É esse espírito que as Nações Unidas não-se avançar até a vitória e marcham

⁴¹ O termo aqui utilizado, na tradução portuguesa tem significado pejorativo, porém, o sentido empregado era de que seriam os grandes protetores, provavelmente um erro de tradução.

para o mundo que se há-de seguir a essa vitória.
Chego, portanto a seguinte questão: Que espécie do mundo consideramos como nosso objetivo para depois da guerra? Que espécie de ordem social e internacional desejamos?...Surgiram certos pontos de grande relevância.
(*AGI*, Jan. 1943, p. 07)

Essa reportagem que abre o ano de 1943, traz o espírito do que vem a ser propagado a partir de então.

A capa de maio de 1943 (Figura 4) exhibe a gravura de um soldado com características de valentia, coragem e resistência, com a legenda: “A hora da libertação do continente europeu aproxima-se cada vez mais. Os exércitos das Nações Unidas, já com um poder colossal ajudam a hora “H” para romperem através das barricadas nazis da Europa e avançarem até a vitória final sôbre a tirania.” (*AGI*, jan. 1943, capa) Vale ressaltar que não é qualquer soldado, essa representação é do comando, um setor especial da inteligência britânica.

Figura 4: *Exércitos das nações Unidas avançam*



Fonte: AGI, maio de 1943, capa.

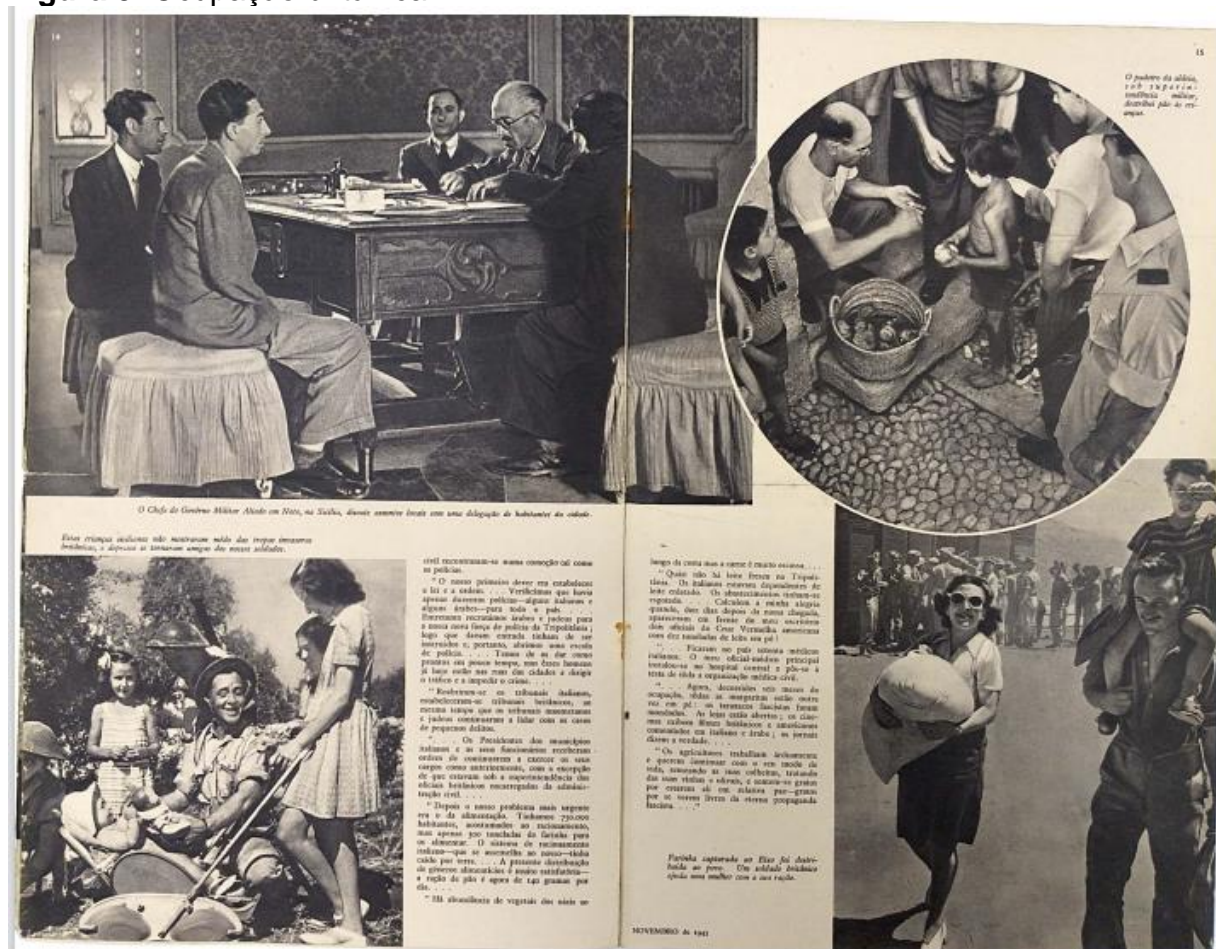
Em junho desse mesmo ano em “O PAPEL DESEMPENHADO PELA GRÃ-BRETANHA”, (AGI, jun. 1943, p. 05) cujo subtítulo foi proferido pelo marechal Smuts, “...Se não fosse êste país, a resistência que ofereceu desde 1939 em diante, os seus incomensuráveis esforços desde então até aqui, o seu trabalho e suor, o seu sangue e lágrimas- êste nosso mundo ter-se-ia perdido durante um milénio...”, retoma novamente o início da guerra, a intrepidez britânica, seus aliados e poderio conquistado, e finaliza dizendo:

A Grã-Bretanha entrou na guerra por princípios morais - não foi forçada a entrar. Lutou só na primeira fase da guerra contra forças extremamente superiores, e agora, acompanhada na sua cruzada por 30 Aliados, pode

mostrar com orgulho a sua folha de serviços no campo militar, naval e aéreo, e apontar para o exemplo que deu na mobilização total dos recursos industriais e civis nesta gigantesca luta mundial em defesa das liberdades do gênero humano. (AGI, jun. 1943, p. 05)

Em novembro de 1943, um artigo que foi transmitido pela BBC é transcrito e titulado “OCUPAÇÃO BRITÂNICA”, com subtítulo “O que acontece quando o exército britânico ocupa território inimigo? Existe alguma semelhança entre a ocupação militar britânica e a ocupação alemã e italiana? A magnanimidade britânica é ainda a mesma de sempre?”, a descrição escrita e visual era clara: o povo sofrido, maltratado, passando necessidades, estava sendo restaurado. (AGI, nov. de 1943, p. 13-15) A lei e a ordem, posteriormente os suprimentos estavam sendo revificados na Sicília.

Figura 5: Ocupação britânica.



Fonte: AGI, novembro de 1943, p. 14-15

Podemos observar dois fatores propagados, usados como recursos nessa reportagem, e que são reforçados em outras ao longo dos periódicos. Primeiramente, ao retomar, ou libertar como também utilizam, a ocupação britânica não acontece de

forma autoritária e incisiva. Trazem suas leis e seus costumes, mas mesmo assim tentam manter o diálogo com o povo local. A imagem acima mostrada, deixa claro a mensagem transmitida, não havia imposição, e sim um consenso. A liberdade desses povos é restaurada, bem como sua participação nas decisões políticas.

Já com relação ao segundo fator, ao se tratar de liberdade, há uma representação visual na revista de crianças que reforçam o discurso de propaganda. As crianças aparecem em imagens extremamente evocativas e conscientemente propagandistas, sendo utilizado um quadro moral e ideológico para seu tratamento, bem como de todos os não combatentes na guerra por parte dos aliados. Essas imagens, acabam “falando por si”, porém, mesmo assim, são reforçadas com as legendas, como na página 14, “Estas crianças sicilianas não mostraram medo das tropas invasoras britânicas, e depressa se tornaram amigas dos nossos soldados”, ou então na página 15, “O padeiro da aldeia, sob superintendência militar, distribui pão as crianças”. (AGI, novembro de 1943, p. 14-15) As crianças são associadas a miséria e a destruição da guerra, sendo absorvidas no conflito como um dano colateral, mas que nesses casos, ajudam a propagar os princípios patrióticos ao mesmo tempo da vilificação do inimigo. (RAYNER, 2014)

Em dezembro “UM ANO DE VITÓRIAS” escrito pelo tenente general Douglas Browarigg, conta as dificuldades e as vitórias nas várias frentes a partir de 1942. A utilização de depoimentos militares pode nos sugerir uma tática propagandística a fim de passar maior credibilidade ao discurso da revista. O tenente afirmou:

Por conseguinte, o ano de 1943 será sempre recordado como o ano que marca como o nascimento da Esperança das profundezas do Desespêro; e as gerações futuras prestarão homenagem à coragem dos ingleses e das inglesas durante o ano decorrido entre Junho de 1940 e Junho de 1941, em que, sòsinhos, enfrentaram o cruel inimigo comum sem arredar o pé, tornando assim possível a ressurreição do senso comum e dum modo de vida decente. (AGI, dez. 1943, p. 06)

A retomada de territórios pelas tropas inglesas, seria, de acordo com a revista, seguida por aclamações por parte da população local, com festividades e um tratamento “humano” dos ingleses para com as pessoas. Tratamento esse observado na tomada da Sicília e expressado na imagem abaixo:

comida, cigarros e nos tratam como verdadeiros soldados". (EG, set. 1943, p. 40)

Segundo a reportagem, os prisioneiros recebiam tratamento médico, asseios e eram enviados aos campos de concentração nos EUA, onde realizam trabalhos. Eram bem tratados e tinham direito de fazer reclamações. Estas pessoas tinham centros educacionais e culturais, não poderiam ser expostos - por seguirem os padrões da Convenção de Genebra - e recebiam pelo seu trabalho. As imagens reforçam os padrões descritos, com prisioneiros devidamente cuidados, inclusive em momentos de diversão.

Figura 7: Prisioneiros de Guerra.

Prisioneiros alemães num campo de concentração na Califórnia. Os EEUU, aderem estritamente aos termos da Convenção de Genebra. Os prisioneiros são bem tratados e são pagos pelo seu trabalho

Os prisioneiros alemães, italianos e japoneses são mantidos em vários campos separados, com capacidade para um máximo de três mil homens. A disciplina é rigorosa mas justa. Há atualmente 22.110 alemães e somente 62 japoneses. Em baixo: Prisioneiros alemães numa partida de "hundi ball"

PRISIONEIRO DE GUERRA

“OS americanos me têm agora como prisioneiro de guerra. Tratam-me bem. Há muito tempo que eu não comia tanto. Passo os dias aqui como no nosso domingo de Páscoa. Estão nas mãos de americanos que nos dão roupa, comida, cigarros e nos tratam como verdadeiros soldados.”

Esses são comentários característicos de prisioneiros italianos capturados na Tunísia, em suas cartas para a família. Nelas se reflete o propósito dos Estados Unidos de tratar humanamente seus prisioneiros de guerra—esperando que o mesmo tratamento seja dispensado aos seus soldados prisioneiros do Eixo.

Logo após serem capturados, os prisioneiros recebem, imediatamente, todos os cuidados médicos necessários. Os que precisam de roupa, de navalhas de barba e de cigarros, recebem-nos antes de serem removidos para a retaguarda. Ali a sua alimentação é a mesma dos americanos. Mas sempre que é possível, são satisfeitas as suas preferências nacionais. E quando se apresenta a oportunidade, são eles embarcados para os Estados Unidos.

Em 1 de junho do corrente ano havia, nos 21 campos de concentração de prisioneiros nos Estados Unidos, 22.110 alemães, 14.516 italianos e 62 japoneses, todos em campos separados.

Nos campos são eles organizados em companhias de 250 homens sob o comando de um oficial do exército americano. Encarregam-se da sua própria administração, escolhem seus sargentos, barbeiros, cozinheiros, etc., assim como representantes para fazer pedidos ou reclamações junto ao comandante da companhia ou do próprio campo. As reclamações também são feitas diretamente por meio da nação que têm a seu cargo os interesses do país beligerante. Os da Alemanha e da Itália estão a cargo da Suíça; os do Japão, a cargo da Espanha. O representante diplomático da nação encarregada dos negócios tem o direito de verificar a natureza do trabalho dado aos prisioneiros, visitar o campo, inspecionar e receber reclamações.

Aos prisioneiros é permitida toda sorte de recreações, sendo-lhes proporcionado equipamento relativo aos seus esportes nacionais. Entre os italianos o *baseball* está se tornando mais popular que o *soccer*.

Em alguns campos, os próprios prisioneiros estabeleceram seus centros educacionais e culturais, organizando biblioteca e dedicando-se a vários passatempos úteis.

Os prisioneiros trabalham de acordo com as normas estabelecidas pela Convenção de Genebra. Seu trabalho é permitido, contanto que não seja em qualquer serviço diretamente ligado às operações de guerra. É vedado expor os prisioneiros à curiosidade pública ou sujeitá-los a qualquer violência ou exploração. Numerosos prisioneiros estão atualmente trabalhando na construção de estradas e de represas e em obras de irrigação.

Quer trabalhem ou não, têm eles direito a uma etapa de 100 centavos por dia, usada, geralmente, para comprar cigarros e outros artigos na cantina do campo. Quando estão trabalhando, o seu salário é de 80 centavos por dia, quantia que é depositada a seu crédito. Por meio de coupons, os prisioneiros têm direito a sacar metade do que ganham durante o mês, até um máximo de dez dólares.

Os oficiais prisioneiros ficam dispensados do trabalho. Mas se quiserem trabalhar recebem um pagamento em base igual à dos soldados e inferiores. Contudo, os oficiais, mesmo que não trabalhem vencem soldo de acordo com a sua respectiva patente e com as disposições específicas feitas anteriormente entre os países beligerantes. Para os oficiais alemães e italianos, o vencimento é equivalente a 20 dólares mensais até primeiro tenente. Os capitães vencem 30 dólares e os oficiais de patente superior à de capitão recebem o soldo de 40 dólares por mês.

As fotografias para este número são das seguintes procedências: Casas—Sargento F. Errigo e Cabo A. Miller, do EA, Acme, EA, MA, páginas interiores; 2, PA; 3, Harris & Ewing, Int.; 4, York, Westly, Acme, H. & E.; 5, Acme; 6, 7, 8 e 9, David Robbins, de "Clut"; 10 e 11, Sargento Errigo e Cabo Miller, do EA, Acme, EA, MA, páginas interiores; 12 e 13, Acme; 14, Int.; 15, CAI, Acme, PA; 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000.

Fonte: EG, ano 2 n 11, p. 40

Em outubro, o artigo “UM POVO LIBERTADO” mostra o suposto entusiasmo das pessoas libertas no norte da África e mesmo na Sicília. Segundo o texto, as massas recebiam as verdadeiras forças da libertação com boas-vindas e clamor. A distribuição de alimentos e os cuidados com as crianças compunham a reportagem.

As legendas “Soldados aliados contêm a massa popular entusiasmada, para dar passagem as tropas nas ruas da Algéria. Supostamente, a população local estaria demonstrando a sua satisfação com o “V” simbólico”, “Moradores de Palazzola, na Sicília, completamente desprovidos de recursos, recebem farinha de trigo de soldados ingleses. Os aliados libertam e alimentam”, “Libertação significa alimentos para as crianças na Sicília”. (EG, out. de 1943, p. 16-19)

Podemos perceber que desde o início das edições a democracia e liberdade embasam os discursos de guerra. São utilizados para legitimar o embate bélico, bem como para a continuidade no conflito. Não lutar a favor desses países, segundo o que é propagado, é o mesmo que defender o autoritarismo, a agressão e a subjugação da humanidade pelo Eixo. Mais do que as motivações políticas e econômicas de uma guerra, é necessário o consentimento da opinião pública, e para isso, como destacou Morelli (2002) no quarto princípio de propaganda de guerra, é necessário convencê-los de que estão defendendo uma causa nobre. A propaganda deve esforçar-se para camuflar certas razões e destacar outras, fazendo com que a população acredite que sua honra, liberdade, independência, vida e valores morais indubitáveis dependem da guerra, conseguindo assim a mobilização interna e aliados que compartilham dos mesmos princípios.

3.2 A BUSCA POR ALIANÇAS

Na propaganda impressa, o tamanho das matérias (contendo texto e imagens), sua proeminência ou escassez nas páginas, além do conteúdo empregado, muitas vezes podem revelar o propósito do propagandista ou até mesmo sua agenda política.

A busca por alianças está presente numa guerra, ainda mais se tratando de um conflito de extrema magnitude e abrangência quanto a Segunda Guerra. No início, os Aliados eram compostos apenas pela Inglaterra e pela França, que foi ocupada pelos nazistas. Portanto, com quem contar para enfrentá-los? França estava dominada, EUA inicialmente não queriam participar da guerra, uma vez que qualquer ação do governo Roosevelt a favor de um envolvimento mais intenso era limitada pelo Congresso e pela opinião pública.

A permanência e a vitória no conflito, dependeriam de vários fatores, entre

eles a colaboração de outras nações nos contingentes humanos e bélicos. Essas alianças não eram naturais, e sim partiam dos interesses dos beligerantes no conflito, que ficaria ilustrado na frase proferida por Churchill “Se Hitler invadissem o Inferno, eu cogitaria uma aliança com o Demônio”. Por exemplo, Inglaterra e EUA, eram duas democracias representativas e potências capitalistas, e tiveram como aliada a União Soviética, uma ditadura que pregava um discurso socialista.

Partindo dessa premissa, da busca por alianças para o fortalecimento bélico e abrangência política, analisaremos como *A Guerra Ilustrada* e *Em Guarda* abordavam seus aliados, assim, tentando manter ou conquistar alianças.

Durante a catalogação temática realizada inicialmente, o periódico britânico apresentou três temas que se relacionam diretamente com o apoio e a busca de alianças. Foram eles: Auxílio de aliados, descrição de aliados e auxílio dos EUA⁴².

O primeiro tema contou com reportagens que apresentavam como as várias nações contribuíram para a guerra auxiliando a Grã-Bretanha, ou seja, indicavam como a nação inglesa não estava sozinha no conflito contra o Eixo. Nessas reportagens era destacada a magnanimidade britânica, juntamente como esses aliados se juntavam a ela.

Ao todo, foram contabilizadas 43 reportagens. Dessas, dezessete tratavam de nações livres que lutavam contra a agressão, sendo que quinze eram de exércitos livres que tiveram seu território ocupado pelo Eixo, caso dos franceses, poloneses e belgas; e duas delas de não ocupados, tratando da América Latina. Onze reportagens abordavam lugares do Império que auxiliaram as forças britânicas, são os casos da Índia, Austrália e Canadá. Quatorze registraram ainda como as “Nações Unidas” auxiliaram no combate; são reportagens que tratavam de vários lugares e os feitos mútuos para a guerra. Uma dessas reportagens abordou um país neutro, no caso o acordo com Portugal por Açores.

A “Descrição de Aliados” são reportagens que caracterizam diretamente os feitos dos países contra o Eixo, apontando seu poderio, contingente humano, vitória e dificuldades perante o conflito. Destas, vinte reportagens foram contabilizadas. A nação que mais é descrita é a URSS, com 25% do total, seguida pela Índia, Canadá e Grécia, com duas cada; e Noruega, Iugoslávia, África do Sul, Nigéria e Líbia, com uma cada. Sendo, portanto, oito descrições de aliados pertencentes ao Império e doze

⁴² Os temas foram nomeados pela autora desse trabalho conforme a leitura sistemática das fontes.

nações livres.

“Auxílio dos EUA” são reportagens catalogadas que abordam diretamente as relações da nação americana com o conflito, mostrando principalmente o poderio bélico enviado para a vitória contra o Eixo. Destas foram contabilizadas vinte e quatro reportagens. Importante destacar novamente, que a revista britânica indica o auxílio estadunidense antes mesmo de sua entrada oficial na guerra.

Portanto, no total são 87 reportagens que se relacionam com a participação dos aliados no conflito, apoiando os britânicos. A importância de demonstrar essas participações era de tanta para o periódico, que até um mapa de quem a apoiava ou não foi veiculado em setembro de 1942:

Figura 8: Aliados



Fonte: A Guerra Ilustrada, set. 1942, p. 2-3.

Com a revista estadunidense não foi diferente. A veiculação de aliados também foi identificada, porém, com peculiaridades. Além de ser uma propaganda de guerra, veiculando como o país estava diante do conflito, seus aliados, enfim, seu esforço de guerra diante do inimigo, o objetivo da *Em Guarda* era aproximar os países latino-americanos, mantendo a hegemonia continental e os acordos/alianças americanas. Desse modo, grande parte das reportagens que catalogamos com o objetivo de buscas ou fortalecimento de alianças tratava de países da América Central ou do Sul.

Durante a catalogação temática, separamos dois temas que se relacionam diretamente com a busca de alianças. A primeira é “Aliados/ Nações Unidas”. Nessa unidade, foram contabilizadas reportagens que tratam do apoio mútuo de países contra o Eixo. Demonstram acordos, auxílio bélico, enfim, como as diversas nações estavam dialogando para que houvesse a vitória. Destas foram numeradas vinte e três reportagens.

O outro tema foi intitulado como “Cooperação interamericana”, destas foram contabilizadas 161 reportagens. Essas matérias, mais do que o apoio bélico das nações para a guerra a favor dos EUA, demonstravam os programas mútuos, deixava explícito como havia uma interação entre as nações estadunidense e latino americanas. Falo aqui América Latina, pois, apesar da cooperação continental ser anunciada, o Canadá aparece somente duas vezes. Vejamos na tabela abaixo a quantidade de vezes que esses países são mencionados na revista:

Tabela 1: Cooperação Interamericana

País americano citado	Quantidade de reportagem que aparece
Brasil	35
México	10
Chile	5
Peru	4
Uruguai	4
Panamá	4
Bolívia	3
Colômbia	3
Cuba	3

Haiti	3
Paraguai	3
Guatemala	2
Venezuela	2
Equador	2
Canadá	2
Costa Rica	2
Argentina	1
República Dominicana	1
Honduras	1
Salvador	1
Nicarágua	1

Fonte: A própria autora.

Muitos desses artigos descrevem a vida e o desenvolvimento das repúblicas americanas. Aparecem reportagens com o seu líder político, aspectos geográficos e econômicos e suas forças armadas. Artigos sobre cidades importantes ou até pitorescas também são destaques, como os casos de São Paulo no Brasil, Valparaíso no Chile e Montevideú no Uruguai.

Sem dúvida, Brasil e México são os dois países com maior cobertura na revista. Um lugar mais importante é conferido ao Brasil dentro do contexto latino-americano. Esse lugar central é atribuído possivelmente pela importância demográfica e territorial do nosso país, que é imenso e imensamente povoado, em comparação com as outras nações latino-americanas. O outro país mais destacado é o México, que faz fronteira com os EUA – portanto, geopoliticamente fundamental – e também é o 2º país mais populoso da América Latina. Além do mais, ambos tiveram participação direta no conflito

Podemos citar alguns exemplos de reportagens que tiveram como foco a América Latina. Em abril de 1942, a reportagem “Bolívia...seus recursos vitais participam na luta”, exalta os depósitos de minérios do país, bem como suas relações de cooperação com o EUA e o rompimento com o Eixo. O design imagético trouxe o presidente no canto superior esquerdo e cobrindo quase toda a página 19, a mina de Colquiri. (EG, abr. 1942, p. 18-19)

Na sua terceira reportagem de maio de 1942, o Brasil foi destaque com quatro páginas. O texto escrito trouxe a posição firme da nação quanto a reunião dos chanceleres acontecida naquele ano no Rio de Janeiro, onde o presidente anunciou o rompimento do país com o Eixo e passou a dedicar seus recursos para a defesa continental. A figura de Vargas, o desenvolvimento do transporte, as bases nordestinas e forças militares foram destaques. Quanto ao aporte imagético, toda a página 10 foi ocupada com uma fotografia do Cristo Redentor, e a página 11, dividindo espaço com Vargas no canto superior direito, meia página ilustra as belezas de Guanabara. Enquanto os destaques das próximas páginas foi São Paulo e seu desenvolvimento, a força aérea e o minério brasileiro. (EG, maio 1942, p. 10-13)

Ou então em outubro de 1944, em que o destaque foi o Lago de Pátzcuaro, no México. Com o subtítulo “Um dos mais pitorescos e elevados lagos navegáveis do México, centro de uma próspera e antiquíssima comunidade”, a reportagem conta a história local e dá ênfase aos aspectos culturais. Uma pintura do lago com pescadores é o destaque imagético que cobre meia página. (EG, out. 1944, p. 32)

Esses são apenas alguns exemplos de como as nações latino-americanas foram abordadas na revista, buscando a aproximação com esses países.

Chama a atenção as relações apresentadas na revista em relação a Argentina. Apenas um artigo, de uma página se referiu ao país, intitulado: “o convênio com a Argentina”, no ano 1 N° 4, ou seja, em novembro de 1941. O artigo aborda sobre um acordo comercial entre os países afirmando que “Ambos os governos exalçam [*sic*] esse convênio como sinal de triunfo para cooperação e amizade, que soluciona todos os complexos problemas de relações comerciais, colocando-as finalmente numa base sólida e equitativa de benefícios recíprocos.” (EG, nov. 1941, p. 26)

Menção a Argentina ocorreu mais uma vez em 1942, em um artigo cujo destaque não era o país, mas sim a Conferência do Rio. O Ministro das Relações Exteriores Henrique Ruiz Guinâzú fez-se presente, aparecendo numa fotografia juntamente com Oswaldo Aranha, Ministro das Relações Exteriores do Brasil.

Para Souza (2011), possivelmente há uma indicação singular do descontentamento do OCIAA com a neutralidade argentina e as simpatias veladas em relação ao Eixo. Mas, mesmo assim, afirmamos que o periódico tenta trazer a unidade americana em momento de guerra, pois, apesar das divergências, o país é citado no

periódico.

As Nações Unidas (nome que as potências Aliadas davam a si próprias) são sempre colocadas como líderes da liberdade universal, lutando juntas contra as potências do Eixo. Sua força é ascendente, superando as expectativas inimigas. Em julho de 1942 (Ano 1 Nº11) o artigo “O caminho da VITÓRIA” trouxe excertos de uma reunião de Roosevelt e Churchill que abordava esses assuntos. Segundo eles, os agressores do Eixo subestimaram a força de vontade e habilidade das democracias, que realmente são “retardatárias quando se trata de guerra”, mas que se transformam em “máquinas de progresso” quando se trata de defender “aquilo que Deus lhe deu e que é expressão sagrada do seu Direito.” (EG, ago. 1942, p. 1)

Nesses artigos, além de países americanos como o Brasil, aparecem aliados intercontinentais como os ingleses, franceses e soviéticos. Significativo evidenciar como ambas revistas tratam da URSS. Em algumas reportagens, ao falar do poderio aliado a nação soviética é citada. No artigo abordado acima, é a primeira vez que o país é citado, o editor afirma:

Certo de que, em seu louco egoísmo, poderia êle (Hitler) reduzir a Rússia à impotência em dois ou três meses, foi contra todas as regras de boa estratégia militar [...]. Ao fim do primeiro ano de tremenda luta, os russos, numa demonstração épica de valor e heroísmo, continuavam a dar boas provas da sua disposição de corresponder à agressão ôlho por ôlho, dente por dente. (EG, ago. 1942 p. 02)

Percebemos que nesses casos, o inimigo legitima essa luta. A agressão das “forças totalitárias nazistas” justifica a aliança entre países que não tem os mesmos ideais político ideológicos, mas que, em nome de uma força maior se aliaram para “proteger a humanidade”. Em nenhum momento durante essas reportagens é destacado as características políticas da União Soviética. Eles são colocados como líderes ativos, que vieram para abrir mais uma frente de batalha contra o Eixo e que estavam fazendo de tudo para que isso ocorresse. Em muitos textos, o envio de armas e demais materiais bélicos ao país também é destaque, bem como pactos e acordos firmados.

Essa veiculação da participação de outros países na guerra ao lado da Grã-Bretanha e dos Estados Unidos reforça a ideia de expansão e fortalecimento dos aliados contra o Eixo. Ao mostrar a participação ativa no conflito ou acordos e amizades firmadas, há um estímulo para que as demais nações, ainda neutras ou com

pouca participação se tornassem ativas, e para as que já estavam no conflito reafirmassem sua aliança na certeza de um fortalecimento para a vitória. Muitos países do mundo se engajaram em maior ou menor grau à causa aliada. Portanto, o fato de cada vez mais países estarem lutando ao lado dessas nações pode ser utilizado como instrumento de propaganda nos periódicos citados.

3.3 QUEM LUTA?

A partir da Primeira Guerra Mundial, as questões do conflito ultrapassaram a problemática militar e alcançaram os aspectos econômicos, sociais, políticos, éticos e morais. A amplitude do próprio conceito de guerra, e também os seus efeitos, passaram a operar num nível global e com o sentido de “guerra total.” Segundo Antonio Paulo Duarte (2005), a ideia de uma guerra total envolve “a mobilização total das nações para o esforço de guerra, mobilização não só militar, mas também tecnológica, industrial, intelectual e mediática.” Ainda segundo o autor, ela caracteriza “a massificação não só humana, mais fundamentalmente material, característica da guerra nas sociedades industriais. (DUARTE, 2005, p. 48)

Durante a Segunda Guerra, o impacto do conflito e a mobilização em torno dele foram sentidos por toda a sociedade. O que foi disseminado em ambas as publicações é que só uma guerra total, com totalização das forças seria capaz de deter o inimigo e trazer os “tempos de paz”. A vitória dependeria da união de recursos materiais com a opinião pública, para além dos esforços militares.

O reconhecimento de uma unidade, guiada pelos esforços políticos, se reverte em recursos para a guerra nos braços civis e militares. Além de atrair aliados, como vimos, e subverter o inimigo, são combinações necessárias para o fortalecimento na guerra e propagados para demonstrar que todos os esforços estão sendo feitos para eliminar o “mal” e guiar a sociedade para tempos melhores.

O termo “Guerra Total” está presente nos periódicos. É propagado um esforço máximo e integrado à causa bélica, uma aproximação entre aqueles que ficaram protegendo suas nações internamente (*home front*), mantendo seu funcionamento ou ajudando a armar àqueles que estão nos *fronts*. E estes últimos, que defendem suas pátrias e os valores por elas disseminados nos campos de batalhas.

Assim, soldados estavam inteiramente mobilizados bem como as indústrias.

Tanto os que foram para os combates como os trabalhadores que mantiveram as economias das nações funcionando foram considerados como essenciais. A guerra penetrou todos os âmbitos das sociedades. Seja direta ou indiretamente, a vida dos cidadãos foi atingida e mobilizada para os esforços de guerra.

Para *Em Guarda*, a expressão Guerra Total não representava fielmente a grande mobilização feita pela nação, que pode estabelecer ligações inclusive com os poderes de agressão (Eixo). Era preferida a expressão “Defesa Total”, buscando mais uma vez legitimar os esforços de guerra. (EG, dez. 1941, p. 09) O programa de defesa realizado e descrito na edição de número 4 é impressionante. Os gastos que em janeiro de 1941 eram de \$572.200.000 passaram a ser de \$1.455.400.000 em outubro desse mesmo ano, quase o triplo de investimento no conflito em apenas dez meses. Segundo os editores:

Não transcorre um só dia no gigantesco parque industrial da nação norte-americana – a nação mais industrializada do mundo, em que não registre um largo passo a mais na formidável produção de armas e munições e todos os demais recursos de guerra, diretos ou indiretos. O custo desse programa é impressionante. Mas por ser coisa imperativa e indeclinável - explica-se e justifica-se. (EG, dez. 41, p. 09)

Destarte, as estruturas conhecidas até então foram alteradas para que houvesse dedicação exclusiva à vitória. A reportagem “A defesa nacional impõe sacrifícios” ajuda a elucidar os efeitos desse devotamento. (EG, dez. 1941, p. 32). A vida nos lares e na vida cotidiana dos estadunidenses foram alteradas para que contribuíssem a guerra. Os impostos tiveram que ser aumentados, os produtos cotidianos, como metais das indústrias de automóveis, a seda das meias femininas, produtos corriqueiros na vida do cidadão norte-americano passaram a ser essenciais para as “indústrias de defesa”. O cidadão passou a sacrificar sua rotina para os investimentos nas indústrias bélicas e nos exércitos. O retrato desse “enfrentamento heroico” para a revista, é um gesto de bravura que os cidadãos fazem com vontade para defender sua pátria e as demais do mundo contra a agressão, como podemos observar na imagem abaixo de coleta de alumínio. A satisfação de auxiliar nos esforços está estampada na face dos fotografados, como um dever cívico:

Figura 9: Enfrentamento heroico.



Fonte: *Em Guarda*, dez. 1941, p. 31

No caso inglês, muitas vezes não era somente lidar com os problemas de escassez, mas diretamente com os riscos da guerra que atingia seu território ou rondava como uma sombra. Por isso, a mobilização da sociedade civil era imprescindível. Em julho de 1944, a reportagem trouxe um excerto do Churchill, de 19 de maio de 1940, que ilustrou esses sacrifícios:

Não hesitaremos em tomar todas as providências, mesmo as mais drásticas para extrair do nosso povo a última onça e a última polegada do esforço para que tem capacidade. Os interesses da propriedade, as horas de trabalho, não valem nada em comparação com a luta pela vida e pela honra, pelo direito e pela liberdade, em que nos empenhamos. (AGI, jul. 1944, p. 06)

Além dos sacrifícios diários já abordados, os ingleses sentiram um impacto

enorme no setor agrícola. O país não produzia os gêneros alimentícios suficientes para alimentar toda a nação, importando-os de outros territórios. Porém, com o conflito, os comboios navais que chegavam aos portos foram diminuídos e utilizados para transporte de tropas e munições. Então, a produção nacional precisou ser incentivada e otimizada.

Ao total, sete reportagens da *A Guerra Ilustrada* abordam diretamente a alimentação. Esse labor passou a fazer parte dos esforços de guerra, de uma nação que não se deixava abater pelas adversidades, como expresso na reportagem “Os lavradores são hoje em dia, soldados da primeira linha”. (AGI, set. de 1943, p. 10)

Além do aproveitamento das terras anteriormente utilizadas para pastagens, o problema da mão-de-obra também era frequente. Muitos habitantes foram recrutados para as forças armadas ou para as fábricas de munições, não havendo o suficiente para cultivar a terra. Porém, para um povo mobilizado, soluções foram encontradas. Para os que ficaram, os trabalhos, principalmente em períodos de colheita, chegaram a 14 horas diárias, e movimentava desde a mais tenra idade até os mais experientes. (AGI, nov. de 1943, p. 07) O campo passou a contar com pesquisas científicas que ajudaram nas deficiências nutricionais e produtivas. (AGI, maio de 1944, p. 11)

E, para completar esses esforços, novos maquinários foram sendo inventados para auxiliar nos trabalhos, poupando cada vez mais esforços e tempo antes gastos. Exemplos dessas novas tecnologias são as máquinas de ceifar e as ordenhas. Os resultados desses estímulos apareceram na reportagem “Os campos ingleses na guerra” de junho de 1944:

Milhares de hectares de terreno na Grã-Bretanha, em que nunca se tinha metido a relha do arado, têm sido cultivados ultimamente, na campanha para produzir mais mantimentos. Antes da guerra, havia na Grã-Bretanha 5.216.000 hectares de terras de lavoura. Porém, actualmente, são cultivados cêrca de 7.300.000 hectares. A importação de mantimentos baixou do número de ante-guerra de 66% para o número actual de 30%, ao passo que os mantimentos cultivados no país subiram de 34% para 70%. No esforço para a guerra total, é preciso aproveitar todos os hectares para que se possam transformar em terras de cultura. (AGI, jun. 1944, p. 8)

Para os Estados Unidos, também houve impacto na agricultura. Além de manter a alimentação de sua nação, o país exportava alimentos que mantinha os que estavam em guerra. Como apontou a reportagem “sustento para a vitória” de março

de 1942:

Interrompida pela imensa destruição causada pela guerra à produção mundial de gêneros alimentícios e matérias fibrosas, a capacidade produtiva das Américas surge como as esperanças de uma verdadeira terra de promessa. Em tempo de paz, as terras agrárias do Hemisfério são celeiro de seus próprios habitantes, e os excessos são exportados para o resto do mundo. Com a guerra, êsse celeiro torna-se uma das armas essenciais para as Nações Unidas. (*EG*, mar. 1942, p. 32)

Por isso, o Departamento de Agricultura fomentou a produção de gêneros agrícolas, chegando a níveis bem elevados. Esses agricultores atenderam as exigências da guerra, respondendo a missão de alimentar os cidadãos europeus e asiáticos que sofriam as consequências avassaladoras do belicismo.

Ademais, como observou a edição de *Em Guarda* “A transformação não é apenas superficial, não é somente uma questão de uniformes, bandeiras e carabinas, conquanto isso se observe em tôda a parte” como observou a edição da *Em Guarda* de março de 1942. (*EG*, mar. 1942, p. 1). Além dos sacrifícios dos civis, as indústrias tiveram uma reconversão para se readequar as produções para as manufaturas de guerra. Um contingente enorme de operários foi chamado ao serviço fabril, além de muitas fábricas cessarem suas atividades e sua força de trabalho foi realocada as novas atividades.

Esses empregados apareceram por algumas vezes nos periódicos, em reportagens que os tratavam como parte do contingente de soldados, elementares para os esforços de guerra. Já no seu segundo exemplar, *Em Guarda* afirmou que a defesa nacional depende da capacidade produtiva dos seus operários. Nas suas palavras: “Segundo a aptidão dos seus operários triunfará ou falhará a defesa nacional dos Estados Unidos”, e ainda:

O braço adestrado da nação está sendo aproveitado em cheio. Estes operários peritos formam as bases fundamentais da técnica em que se assenta a obra gigantesca da produção do progresso de defesa. E formam o núcleo em volta do qual os Estados Unidos estão reunindo os homens para a tarefa sem par de tornar inexpugnável o Hemisfério Ocidental. (*Em Guarda*, out. 1941, p. 14)

Esses operários são comparados aos alemães que produzem segundo a revista um quarto dos que os estadunidenses. Isso se dá segundo a revista pelo incentivo econômico que recebem, que possibilita uma vida saudável e tranquila, e

por consequência um esforço e dedicação ao seu trabalho.

Segundo *A Guerra Ilustrada*, “A moderna produção de armas depende não só de materiais como de homens”, sendo assim, eles fabricaram “tanks, canhões, projéteis e aeroplanos que vencerão a guerra do Império Britânico pela liberdade”. Deve-se ressaltar, nessa mesma reportagem, no canto superior direito, a frase proferida por Churchill “Trabalhai, combatei e nós venceremos!”. Por algumas vezes as frases do estadista foram anexadas no periódico. (AGI, jul. 1940, p. 14)

As ocupações nas indústrias se intensificaram conforme o tempo de guerra foi aumentando. O trabalho de 24 horas foi implantado nos EUA para que as fábricas não parassem e o tempo fosse otimizado. Porém, esses trabalhadores, segundo *Em Guarda*, tinham voz. Além do chão das fábricas, o governo passou a acatar ideias vindas dos próprios funcionários para que o tempo fosse poupado e os resultados melhorados. (EG, ago. 1943, p. 38-39)

Além disso, *A guerra Ilustrada* retratou como esses trabalhadores eram bem tratados. Em março de 1944, a reportagem “A Grã-Bretanha trata bem seus trabalhadores” demonstrou a preocupação com a saúde e com a felicidade de sua força trabalhadora. Hospedarias foram construídas para acomodá-los, lugares comparados a clubes e a verdadeiros hotéis; nas fábricas momentos de exercícios eram mantidos para melhorar o físico dos trabalhadores. (AGI, mar. 1944, p. 14-15) Outra reportagem trouxe “Música enquanto trabalham”, afirmando que a produção individual dos operários melhorou enquanto ouviam os programas de música da emissora britânica. Segundo os editores:

Um povo aborrecido e cansado não pode lutar quanto deve ser. É devido a muitas coisas o facto de o povo britânico, depois de mais de 5 anos de economia de guerra, estar ainda bem-disposto para trabalhar, lutar e ganhar a guerra, possuindo um moral incomparavelmente elevado. (AGI, nov. 1944, p. 11)

Isso nos leva novamente à propagação dos valores democráticos e o maniqueísmo que as revistas divulgavam. Enquanto as forças democráticas contam com o patriotismo, a engenhosidade, prezam pela liberdade para maiores resultados, a Alemanha faz com que seu povo trabalhe o dobro, sem muito incentivo, e “escraviza” seus conquistados.

O total esforço de guerra atingiu de maneira forte e direta as famílias dos países beligerantes. *A Guerra Ilustrada* afirmou “não há lar no país que não tenha sido

abalado até aos alicerces pelas exigências de guerra”. (AGI, jul. de 1944, p. 07) Artigos sobre mulheres, crianças e idosos são apresentados, segundo Souza (2011) para mostrar uma experiência universal entre eras e entre gêneros, sugerindo mobilização total e validação igual de toda contribuição.

O papel desempenhado pelas mulheres assumiu várias formas, tanto nos contextos civis quanto uniformizados. Suas funções englobavam desde trabalhos de caridade, remunerados, voluntários, nos serviços militares auxiliares, como enfermeiras, entre outros. Em *A Guerra Ilustrada*, por mais de 50 vezes as mulheres foram retratadas, já na revista *Em Guarda*, 32 incidências foram contabilizadas.

Uma certa ambiguidade quanto à participação feminina na guerra pode ser notada na sua representação. Primeiramente, é uma vítima do conflito, aquela que sacrifica seu lar em nome do patriotismo, representante dos valores morais. Por outro lado, a mulher é recrutada para os serviços fabris, como peritas no que fazem, e que vão aos campos de batalhas ou próximo deles no auxílio das forças militares. De um modo ou de outro as mulheres tiveram participação ativa nos esforços de guerra.

Quanto mais o conflito se estendeu, mais braços para manter as fábricas e tantos outros serviços eram necessários. *A Guerra Ilustrada*, por mais de uma vez falou da importância dos serviços femininos, que deixavam os homens ir às frentes de batalha, sendo consideradas por muitas vezes tão boas quanto esses. Em janeiro de 1942 a reportagem “Como organiza a Grã-Bretanha o seu potencial humano...”, esse recrutamento feminino é destacado:

A introdução de operárias nas fábricas veio libertar muitos homens que podem passar ao serviço activo. Todas as mulheres, solteiras ou casadas, até a idade de 31 anos tiveram que se apresentar. O Ministério do Trabalho da Grã-Bretanha criou centros de instrução em todo o país onde as mulheres inexperimentadas se podem habilitar em todos os ramos da indústria de guerra. Esta medida também causou a admiração dos patrões. As mulheres provaram ser tão competentes como os homens em muitas espécies de trabalhos e nalguns casos, tais como trabalhos de precisão em que se requiere delicadeza de mãos, chegou-se à conclusão de que são muitas vezes superiores aos homens. Sempre que uma mulher especializada toma a seu cargo o trabalho dum especialista liberta-o para trabalhar nas novas fábricas gigantescas que todos os dias se instalam para trabalho de guerra. Sempre que há número suficiente de operárias especializadas para satisfazer as necessidades de uma indústria especial, então o Governo passa em revista a lista de ocupações reservadas para libertar para o serviço militar os homens que dela faziam parte. (AGI, jan. 1942, p. 5-6)

Em Guarda também dá destaque para as funções femininas nas fábricas.

Mulheres de várias classes sociais, até da alta sociedade estadunidense são encontradas ilustrando os trabalhos fabris. As de classes mais elevadas faziam bazares para recolhimento de materiais necessários para a produção. Em dezembro de 1941, o periódico afirmou:

Não era a primeira vez que a indústria americana apela para o trabalho feminino. A conscrição militar chamou ao exército milhares de sorteados que trabalhavam em fábricas. A mulher teve então que substituí-los, e desta vez em número realmente extraordinário. E assim, mais de meio milhão de mulheres já se encontram em atividades nos arsenais de guerra; e em meados do próximo ano é possível que um milhão, ou talvez mais, estejam a trabalhar. (EG, dez. 1941, p. 17)

Além das fábricas de materiais bélicos, de aviões, tanques, as “raparigas” britânicas se voluntariaram ao campo, auxiliando no trabalho rural, que perdeu sua força de trabalho para os exércitos. Assim, ajudaram a alimentar a nação.

Nas frentes de combate, as britânicas aparecem principalmente como auxiliares e no Corpo de Enfermeiras, salvando vidas nos fronts.

Em guarda, em março de 1942, destacou o patriotismo dessas enfermeiras, ao deixar suas vidas para ir à batalha:

Animadas por natural patriotismo a dar a sua contribuição para os serviços que a nação necessita, mulheres, em número cada vez mais crescente, estão deixando os confortos dos seus lares e trabalhos tranquilos e remunerados, para dedicar-se ao serviço da saúde e do bem estar dos combatentes em toda parte”. (EG, Mar. 1942, p. 38)

Destaco que essas mulheres estão sempre bem vestidas, com cabelos bem arrumados, em muitas vezes parecendo ser encenações para fotografias, demonstrando até certa sedução, mas nunca vulgaridade. Houve um certo balanceamento do papel feminino fora dos lares e nas funções tradicionais para o período, como boas companheiras, como podemos ver abaixo na vida diária de uma aprendiz:

Figura 10: Raparigas em trabalhadoras



Fonte: *A Guerra Ilustrada*, junho 1944, p. 6-7

Em 1945, o periódico estadunidense trouxe reportagens que destacaram outras funções que as mulheres vieram desempenhando na ciência, na política e na mídia, como foi destaque em janeiro de 1945, "Mulheres Congressistas". (EG, jan. 1945, p. 24-25.)

Com a constante evolução do conflito, essas mulheres apareceram cada vez mais, sendo consideradas fundamentais para os esforços de guerra, mantendo serviços essenciais no *home front* e nos campos de batalhas.

As crianças foram motivos de preocupação em ambos os periódicos. Pais nos campos de batalhas, mães nas fábricas, e os pequenos? Uma passagem citada na *Guerra Ilustrada* de julho de 1944 explica:

Recentemente um caixeiro viajante bateu à porta de uma casa particular dos

arrebalde de Londres. Abriu a porta uma menina de tenra idade que disse: “Desculpe, mas o papá está na Guarda Nacional, o meu irmão grande está no exército, a minha irmã Maria está na Fôrça Aérea Auxiliar, a mamã ainda está na fábrica e a minha avó está a ajudar no hospital. O que quer o Senhor?” (AGI, jul. 44, p. 6)

A Guerra Ilustrada abordou algumas vezes os cuidados com elas e a proteção daquelas que tinham que fugir do conflito. *Em Guarda* destacou as escolas, sendo as crianças o futuro destas nações, dos valores nacionais e da engenhosidade.

Porém, além de vítimas do conflito, além de humanizar o sofrimento, envolvendo diretamente os sentimentos do leitor, adolescentes aparecem em treinos ativos ou até nos campos auxiliando seu país, motivo de orgulho para as nações. Podemos ver um desses exemplos nas imagens abaixo trazidos na contracapa da *Guerra Ilustrada* de março de 1943:

Figura 11: Jovens na guerra



Fonte: A Guerra Ilustrada, março 1943, contracapa.

Além dos jovens de mais tenra idade, também os mais velhos não foram poupados da propaganda de guerra. Na mobilização total, eles são abordados como experientes, capazes de ensinar muito para as gerações mais jovens, e nas fábricas, faziam sacrifícios para manter sua nação. Suas funções são colocadas como uma herança, um gesto de bravura e sacrifício, que é feito com entusiasmo.

Se o destaque até aqui foi o *home front* e a mobilização que destoou do tradicional, a grande força motriz de ambas as publicações foram as forças armadas. Na Guerra Ilustrada a marinha apareceu por 28 vezes, bem como o exército, e as forças aéreas por 67. O poderio aéreo britânico é o destaque, com a bravura dos seus pilotos e as batalhas por eles vencidas pela Real Força Aérea contra a *Luftwaffe*.

Com *Em Guarda* não foi diferente, as aparições foram 61 da marinha, 16 do

exército e 40 das forças aéreas, com um grande destaque às forças navais estadunidenses, que protegiam os oceanos. Os valores que esses soldados defendiam, sua garra, destreza e materiais especializados para a guerra são ressaltados.

Um fator chamou muita atenção nas características gerais dos combatentes em ambos os periódicos. Os soldados nunca eram representados ensanguentados ou com dores aparentes. Mesmo que em momentos de atendimento médico, eles eram apresentados asseados e bem cuidados. Porém, a partir do ano 3, a revista *Em Guarda* passou a trazer por algumas vezes fotografias de combatentes mortos, tanto inimigos, demonstrando a força da vitória, quanto da própria nação, mostrando sacrifício. Isso pode explicar-se pelo fato do país não ser palco de batalhas diretas. Sendo a nação crente da vitória, os esforços de guerra poderiam ser diminuídos ou cessados. Portanto, um equilíbrio entre a vitória iminente, mas os sacrifícios necessários para isso foram utilizados como subterfúgios propagandísticos.

Segundo o historiador estadunidense George H. Roeder Jr., e seu livro *American Visual Experience during World War Two* (1993), as “imagens de morte” estadunidenses quando passavam pelos olhos atentos dos superiores militares já nos campos de batalhas, foram guardadas na “Câmara dos Horrores” e só foram liberadas com as vitórias militares para que a mobilização fosse mantida e a população continuasse a comprar Bônus de Guerra. (ROEDER Jr, 1993, p. 1) A manipulação dessas imagens é uma herança das experiências anteriores, em que se aprendeu que para o público um equilíbrio era necessário. Houve a proibição da divulgação de informações secretas sobre armas e de publicar materiais que pudessem ser “distorcidos” e utilizados contra os esforços de guerra⁴³. (ROEDER Jr, 1993, p. 8)

Porém, com a troca de diretor do Departamento de Informações de Guerra (OWI) e um apoio de Roosevelt para a liberdade de informações, as fotos “brutalmente francas” começaram a aparecer. (ROEDER Jr, 1993, p. 10) Além do mais, a partir de 1943, um memorando do OWI avisa ao governo as percepções do público, em que os soldados lutavam, mas não se machucavam e, se estão feridos, o sorriso é mantido em seus rostos. As vitórias e os excesso de imagens “açucaradas” poderia levar a população a um excesso de confiança. Assim, pós 1943, uma nova política de mostrar

⁴³ O autor afirma também que essa censura tinha limites e não dá para compará-la a de países que controlavam amplamente suas populações, havia uma tentativa de livre imprensa. (ROEDER, 1993)

“O que a guerra faz com quem luta” se inicia⁴⁴. (ROEDER Jr, 1993, p. 11) A tentativa era de trazer a realidade da guerra para mais próximo de casa. Além do mais, depois de 1944, o número de mortos aumentou muito, famílias passaram a saber o que estava acontecendo nos *fronts*, então suprimir essas imagens era mais difícil.

Na revista *Em Guarda*, a primeira foto desse gênero a aparecer foi no ano 3 número 2, que se refere a setembro de 1943. Uma foto de três americanos mortos na praia do Vale de *Markham*, na Nova Guiné, em uma reportagem em que se tratava das frentes de batalhas. Na imagem não aparece os rostos dos soldados nem seus ferimentos. Segundo Roeder Jr (1993), ela apareceu pela primeira vez na revista *Life*.

Já para *A Guerra Ilustrada*, os britânicos, bem como as nações europeias e outras nações fora do continente, estavam exauridos de perder seus familiares para os campos de combate ou em ataques inimigos. Sendo assim, essas cenas foram poupadas.

A guerra foi disseminada em toda a sociedade, fazia parte dos cidadãos. Seu trabalho, dinheiro, família, esforço, enfim, todos os aspectos foram atingidos por ela. E a propaganda de guerra não poderia deixar de usar esses “sacrifícios” feitos pelas nações combatentes como artifício de convencimento. Ao leitor fica evidente como esses países estão se martirizando para salvar não só os seus, mas toda a humanidade do “mal que os assombra”, abrindo mão das estruturas existentes em nome de um bem maior.

3.4 O RETRATO DO INIMIGO

O limite entre a verdade e a mentira é uma linha tênue quando se trata de propaganda de guerra. É o objetivo da propaganda modificar a conduta das pessoas por meio da persuasão, sem parecer obrigá-las, como sinalizou Guy Durandin (1997), o uso da informação, sendo falsa, modificada ou selecionada, pode mudar julgamentos e até condutas dos interlocutores. (DURANDIN, 1997)

Uma ampla gama de procedimentos pode ser utilizada para que se tenha

⁴⁴ Roeder (1993) afirma que, apesar de começar a aparecer imagens mais fortes pós 1943, ainda assim se tinha o cuidado de serem “moderadas”, talvez pelo desejo de preparar o público para acordos e também em respeito a seus familiares. A divulgação de fotos de natureza horrível ou mental foram proibidas em 1944 pela SHALF (Sede Supremo, Força Expedicionária Aliada).

êxito. A mentira é a mais eficaz, porém, a propaganda não se reduz a ela.

Para Morelli (2003), em se tratando do inimigo, como já assinalamos, dois princípios elementares são utilizados. Primeiro, “O inimigo tem cara do diabo”. Concentrar ódios, acusações, culpas, falta de confiança e integridade do inimigo ao seu líder é mais eficaz. Dificilmente se odiará todo um povo, mas, na medida do possível, demonizar seu líder, o colocando como inimigo da humanidade, dará as pessoas quem condenar e lutar contra.

Depois, “o inimigo conscientemente causa atrocidades, se cometemos manchas, é involuntariamente”. Retratar as atrocidades inimigas constituem um elemento essencial nessa propaganda. Durante as guerras muitos abusos são cometidos. A propaganda, em específico, faz transparecer que o inimigo está acostumado a esses atos, já o próprio exército está a favor da população. (MORELLI, 2003)

Segundo Durandin (1997), as nossas decisões são tomadas por uma intersecção entre nossos desejos e as informações que temos quanto aos meios para realizá-los. Portanto, o elo entre a propaganda e a verdade está na relação entre os desejos da população e as propriedades dos objetos apresentados.

Sendo assim, se o inimigo cometeu barbaridades, isso deverá ser propagado, pois gerará desprezo, ódio em relação a ele e ainda, reforçará aos aliados a convicção de estar lutando do lado certo, travando um combate justo. Desse modo, o que se diz ou não, depende do efeito que se quer causar.

Em relação aos fatos e aos atos, há uma dicotomia entre o que se quer esconder e o que se quer difundir, conforme o interlocutor ao que se dirige. A fraqueza, quase sempre se procura esconder do inimigo (a não ser que quiser enganá-lo), mas em relação aos aliados o problema pode ser mais embaraçoso, como vimos anteriormente. Precisa-se obter ajuda, mas não pode ser demasiadamente fraco, precisa ser digno, estar à altura de receber apoio para a vitória. Para sua própria população, também se necessita de uma dosagem. Fraqueza demais pode ser um risco ao governo; força demais pode gerar entusiasmo e reduzir os esforços necessários.

Em relação ao inimigo, pode ser que até que a propaganda o traga como forte, mas para os aliados, tem que ser mais que ele, estar sempre um passo à frente nos preparativos, pois, ou se é mais forte ou mais fraco. Já as faltas, se deve esconder as

próprias de todos, súditos, aliados ou inimigos. Já as do outro, deve ser sempre disseminada, inclusive atribuir intenções condenáveis⁴⁵. (DURANDIN, 1997)

Observaremos como o inimigo foi retratado nas publicações estudadas, caracterizando esse ato como um artifício utilizado na propaganda de guerra e um tema frequente nas revistas. *Em Guarda*, dedicou 12 reportagens para falar do inimigo. Já *A Guerra Ilustrada* trouxe 4 abordando exclusivamente o tema, mas por mais de 18 vezes o Eixo apareceu na revista, sendo demonizado ou ridicularizado, acusado de crueldade ou de intenções catastróficas para a humanidade.

A Guerra Ilustrada aborda o Führer como um “louco de poder”, aquele que quer trilhar o mesmo caminho de dominação do mundo pela Alemanha, já conhecido pela Primeira Guerra Mundial. A guerra de Hitler é contra a humanidade, o seu sonho é de dominar as nações livres. A revista personifica o inimigo, dá ao povo alguém à combater, um inimigo a concentrar suas forças. O povo alemão é retratado como enganado pelo seu líder, assim, como já ocorreu no passado. (AGI, Jun., 1944, p. 04)

Ressalto novamente que a revista deixou claro quem iniciou a guerra. As “forças agressoras” são as do Eixo, a ilha britânica e aqueles que à ela se juntavam estavam defendendo a si e a todo o mundo das barbaridades da dominação, como destacou em junho de 1941, de “tudo aquilo que o hitlerismo representa...” (AGI, jun. 1944, p. 03), essa afirmação fica nítida na fala de Churchill em março de 1942: “não fizemos essa guerra nem a desejamos”. (AGI, mar. 1942, p. 05)

As palavras de caracterização do inimigo são sempre pejorativas: “forças do mal”, “peste nazi”, “gangster”, “monstros da guerra relâmpago”, “tiranos”, “destruidores”, “agressores”, enfim, todas as características que povos livres e democráticos deveriam destruir.

A Itália e seus líderes foram citados por algumas vezes, principalmente nas batalhas ao norte da África. O aliado de Hitler, apesar de forte e que também deveria ser combatido, é colocado como inferior ao seu parceiro de dominação. Como se fosse um coadjuvante do cenário bélico. Como em setembro de 1940, em que o periódico afirmou: “(...) Mussolini resolveu associar-se ao seu colega ‘gangster’ Hitler (...)” (AGI, 1940, p. 02) ou então em janeiro de 1941 “Os aviadores de Hitler não conseguiram impedir ou seriamente dificultar o grande esforço de guerra britânico que, quando

⁴⁵ Para Durandin (1997), a verdade precisa estar ligada diretamente com a realidade. Assim, as intenções não podem ser consideradas mentiras em si, por falta de um ponto de referência.

chegar a altura, o varrerá e a seu satélite italiano dos seus poleiros. ” (AGI, 1941, p. 07. Grifo nosso)

A potência de Hitler, seu poder industrial e contingente de guerra é sempre associado ao trabalho forçado a partir do domínio dos povos. Enquanto o operariado britânico e estrangeiros livres se oferecem ou quando são chamados estão de prontidão aos serviços industriais e militares, são bem cuidados e preparados, Hitler tem que alistar cidadãos de países ocupados e forçá-los a trabalhar na Alemanha. (AGI, ago. 42, p. 15)

O inimigo também é acusado de propaganda falsa e desmentido pelo periódico. Deve-se ressaltar que em nossa discussão inicial sobre propaganda aliada, foi afirmado que a palavra “propaganda” era cada vez mais rechaçada, desprezada, até que deixou de ser usada. Mesmo se fazendo propaganda, não se afirmava isso, e sim que se estava informando, passando segurança aos leitores, enquanto os que a fazem, conquistam através de mentiras. Portanto, é propagado que os aliados trazem informações verossímeis, já o inimigo faz propaganda- e nesse caso a palavra é utilizada- enganosa.

As publicações inimigas que são desmentidas tentam enfraquecer o império, afirmando que suas colônias não ajudariam no conflito, ou mentem que destroços de aviões são britânicos, enquanto estes afirmam ser da *Luftwafe*, como em dezembro de 1940: “Estas duas fotografias provam concludentemente os extremos de descarada mentira a que a propaganda alemã desce nos seus frenéticos esforços de tentar encobrir a evidente superioridade britânica na guerra do ar.” (AGI, 1940, p. 12) Além dos textos, o uso imagético é utilizado para afirmar os devaneios nazis, em dezembro de 1941, a revista ainda afirmou que a mentira fazia parte da propaganda mundial alemã a Grã-Bretanha. (AGI, dez. de 1941, p. 10)

Para mostrar que a batalha do ar estava sendo vencida pela Real Força Aérea, *A Guerra Ilustrada* trouxe quatro edições depois “A batalha da Grã-Bretanha”, afirmando a superioridade britânica, e as sucatas que sobraram da batalha do ar, bem como a “nata” de aviadores mortos ou feitos prisioneiros.

afirmava sua derrota iminente.

Em Guarda também utilizou desses artifícios para desmoralizar e demonizar seus inimigos, mostrando para os interlocutores como é (ou como seria) se seus territórios fossem dominados pelas forças do Eixo.

As propagandas nazistas, com suas técnicas de convencimento, disseminaram o que o historiador João Fábio Bertonha (2010) chamou de “mistificações” em relação ao seu regime político. Seria o Estado mais eficiente que já existiu, uma combinação entre a tradicional eficiência e organização, com o sistema político nazista, centralizado e hierárquico. (BERTONHA, 2010)

Porém, a “Nova Ordem” propagada pela revista é um regime de agressão, arcaico, que trouxe “fome”, “imundice” e “tortura” por onde expandiu. Um regime “militarista”, baseado na “vassalagem” e na “pilhagem”, com espírito expansionista que cometeu atrocidades contra a liberdade humana por onde passou. A edição de novembro de 1943 exemplificou essa relação: “(...) as tropas nazistas, na sua retirada, se apoderam de todo o pão, chegando mesmo a arrancá-lo das mãos dos velhos e crianças.” (AGI, nov. 1943, p. 01) Ou então: “A fúria nazista ficou estampada através desses atos de repugnante barbarismo, dessas violências que só mesmo um exército organizado essencialmente para a prática da rapinagem à mão armada seria capaz de praticar.” (AGI, nov. 1943, p. 03)

Após as ocupações, as forças do Eixo estabeleciam um regime de “fome” e “terror”. Os povos desses territórios eram forçados a trabalhar e seus alimentos eram levados para a Alemanha para alimentar a nação ariana, como afirmaram: “(...) os nazistas escravizaram dez milhões de pessoas. Homens e mulheres têm sido arrancados de seus lares e forçados a trabalhar onde e como determinaram os tiranos.” (AGI, nov. 1943, p. 07)

Comparações com pragas que se espalham rapidamente nos campos, destruindo tudo a sua frente eram frequentes. Como, por exemplo, em junho de 1942 em que definiram como “elementos predatórios” ou então “infiltração daninha”. (AGI, jun. 1942, p. 1 e 15)

Fica visível na revista as comparações por ela apresentadas. Enquanto Aliados retomavam, libertavam, alimentavam, e mesmo aos inimigos os davam um tratamento digno; já o Eixo, torturava, agredia, escravizava e destruía, eram traiçoeiros, ultrapassados e “anti-Christo”.

A questão religiosa estava frequentemente presente. Aliados reuniam-se em missas mesmo durante os conflitos, sendo a religião predominante a católica, com todos os preceitos sendo respeitados. Já em relação ao inimigo, os faltava valores e sobravam elementos “diabólicos”. (AGI, jun. de 1942, p. 14) Toda a tradição religiosa não foi respeitada, sendo a maior perseguição desde a Idade Média. Como afirmaram os editores:

(...) somente até Hitler e seus fanáticos asseclas acharem-se firmemente entrincheirados no poder [...] teve começo a história da mais cruel opressão e perseguição desde os tempos da Idade Média. Todos os partidos políticos foram abolidos. A longa tradição germânica de liberdade individual e liberdade de pensamento ficou esmagada sobre o peso das botas das tropas de assalto. Nem mesmo as grandes congregações católicas e luteranas ficaram imunes à alucinação anti-Christo dos nazistas. E aqueles que confiaram em Hitler, quando êle afirmou que os alemães eram uma raça superior, breve certificaram-se de que não existia raça superior. Existia, isto sim, apenas um tirão- para a raça alemã. (AGI, jun. 1942, p. 15)

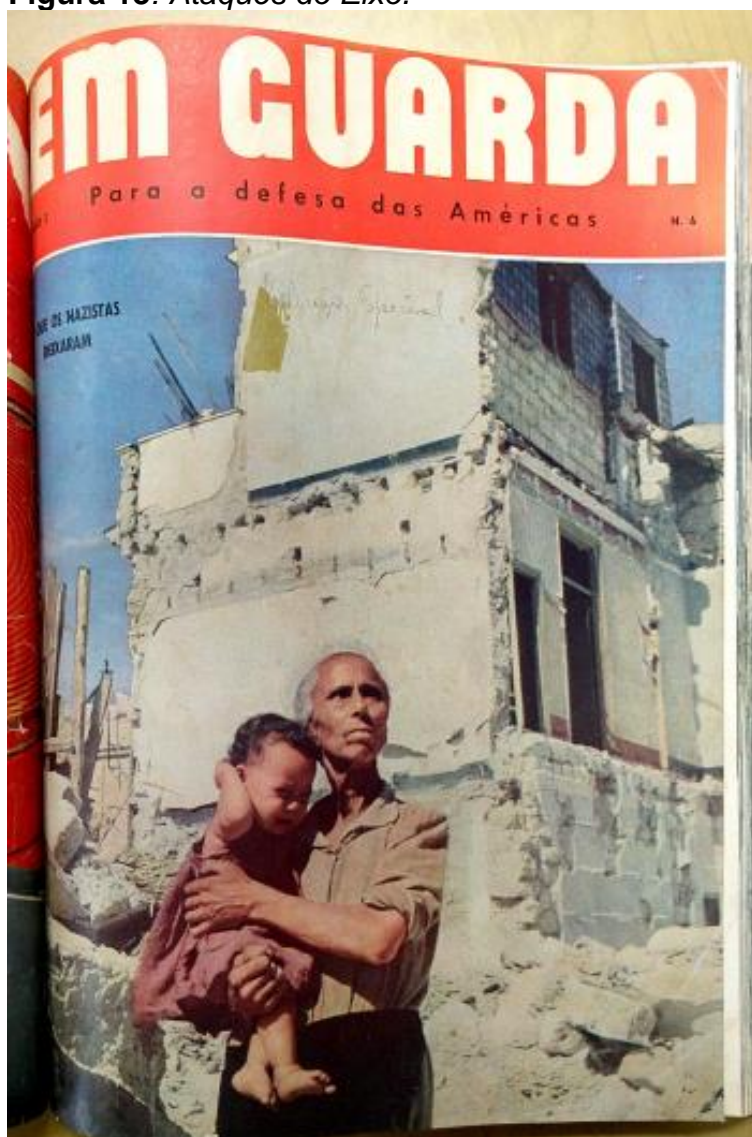
Nessa mesma reportagem, intitulada “Hitler odeia bons vizinhos”, o caráter comparativo ficou explícito. A revista afirmou:

Só o tempo é capaz de pôr à prova a fé de homens, em ideias e governos. Que fé resistirá à ação dos tempos- a “nova ordem” de Hitler, que é subordinada a vontade de um único homem, e que se baseia na teoria da superioridade da “raça”- ou a fé do Bom Vizinho que é sujeita à vontade democrática e se funda na igualdade de todos os países e de todas as nações, grandes ou pequenas? (AGI, jun. 1942, p. 15)

A ideologia nazista é reforçada em texto escrito e visual, pois nesse artigo, na parte inferior, temos Hitler discursando, e sobreposto ao texto uma pessoa enforcada, simbolizando a agressão inimiga, e o que faziam com os seus “vizinhos” e com aqueles que fossem contra sua expansão. O próprio povo alemão foi colocado como vítima do líder tirano, enganado pelas suas promessas.

O Eixo é acusado de extrema violência em seus ataques. Enquanto a Real Força Aérea e a Força Aérea dos EUA buscavam atingir as fábricas de armamentos alemãs, estes atacavam cidades, destruíam casas (ver imagens 13 e 14), deixavam desabrigados, mesmo que os povos já tivessem declarado rendição, como é o caso de Rotterdam:

Figura 13: *Ataques do Eixo.*



Fonte: *Em Guarda*, fev. de 1944, capa.

Figura 14: Rotterdam.



Fonte: *Em Guarda*, jun. 1942, p. 14

Não bastasse o “sofrimento e a destruição” que deixaram por onde passaram, o regime foi acusado de execuções frias para eliminar aqueles que por eles eram indesejáveis. (EG, nov. de 1942, p. 22-25) A imagem execrável e a legenda em novembro de 1942, manifestaram essa agressão e deixaram irrefutáveis aos interlocutores quais as atitudes nazistas (ver imagem 15). O texto reforçou esse caráter, a partir da fala propagandística de Goebbels, segundo a reportagem transmitido pelo rádio em Munique: “Já conquistamos um espaço, espaço vital, tão amplo como a própria Alemanha, a França, e a Inglaterra reunidas. Mas não conquistamos essas terras apenas para possuí-las. Conquistamos para organizá-las para nós, alemães.” E os editores seguem: “Sob esse infâme princípio, os nazistas concentraram seus esforços no sentido de transformar a ferro e o fogo tantos povos

dignos em simples vassallos. E onde quer que houve resistência, iam eles matando em massa.” (EG, nov. 42, p. 25)

Figura 15: Execuções.



Fonte: *Em Guarda*, nov. de 1942, p. 25.

O uso da imagem infantil também é muito presente para retratar o inimigo. Nesses casos, os rebentos são abordados como vítimas do conflito, àquelas atingidas diretamente pelas forças do Eixo. Elas aparecem entrincheiradas, fugindo de bombardeiros nazistas, com traumas imensuráveis no decorrer das suas vidas; (EG, jun. de 1942, p. 14) raquíticas, atingidas diretamente pela fome que os acometedores deixavam por onde passavam, com rastros de sofrimentos nos olhares fundos dos pequenos ou no desespero das mães ao tentar juntar os restos de grãos no chão; (EG, nov. de 1942, p. 22-25) como sem pátrias, errantes após a perda de seus pais

para o conflito. (EG, ago. de 1943, p. 40-41) Estas últimas aparecem assustadas, perdidas, com muito medo, mas acolhidas por nações neutras e aliadas. E, por fim, a mocidade aparece arregimentada para a “nazificação” do mundo. (out. de 1942, p. 34-35) Esses jovens segundo a edição são cativados por falsidades, restrições e proibições para fazer parte do regime hitleriano. Além dos alemães, a revista afirma a tentativa de conquista da mocidade de países dominados à mesma “camisa de força”. Porém, afirmam que a “mocidade digna da Europa” prefere lutar (a revista fala ao fuzilamento) do que uma vida de “escravidão e degradação”.

Um fator destoia da abordagem feita pela revista britânica. Apesar de *A Guerra Ilustrada* citar por algumas vezes o Japão, principalmente quando falam da agressão contra os chineses, as menções são ínfimas. Já *Em Guarda*, dedica algumas reportagens diretamente para falar dos nipônicos. Esse fator justifica-se pelo ataque direto que EUA sofreu em Pearl Harbor, fazendo-os entrar oficialmente no conflito, conforme afirmou a reportagem de dezembro de 1941, com um excerto do ex-presidente Hoover: “Território americano acaba de ser traiçoeiramente atacado pelo Japão [...] A nossa declaração é clara. Forçaram-nos a isso. Temos de lutar com todos os nossos recursos.” (EG, dez. 1941, p. 05)

A “Nova Ordem” japonesa, é na verdade, para a revista, uma ordem existente há séculos, baseada na lenda e mitologia da fundação de um Império. Para isso, a nação faz várias incursões sobre territórios asiáticos, até que, a partir da década de 1930 desligou-se de vários tratados e acordos e se juntou a Alemanha e Itália pelo *Pacto Anti Comintern* e depois pelo Eixo. (EG, maio. de 1942, p. 26)

Para sua nação, a informação passada, segundo a edição, era de que seriam derrotados apenas “tirânos da guerra”, e que japoneses e chineses cooperariam para o desenvolvimento de ambos. Aparece então novamente a palavra “propaganda”, com os líderes japoneses tentando enganar sua própria nação para estimulá-los ao conflito. Assim, o inimigo faz propaganda, enquanto “nós” informamos.

A descrição feita pela edição de fevereiro de 1944, trouxe como destaque a “selvageria japonesa”. Segundo os termos da Convenção de Genebra⁴⁶, realizadas para a manutenção da vida e da integridade humana em tempos de guerra, prisioneiros de guerra são todos aqueles que foram capturados em um conflito, seja soldado, membro de uma milícia ou um civil. E nela determinou-se a proibição de

⁴⁶ Trata-se aqui da Terceira Convenção realizada em 1929.

torturas aos prisioneiros; a proibição de pressão psicológica; a proibição de pressão física; a proibição de tratamentos desumanos; obrigações sanitárias, tais como: garantia de higiene e de alimentação dignas; respeito à religiosidade do prisioneiro. Porém, relatos apresentados no periódico, de estadunidenses que conseguiram fugir dos campos de concentração japoneses, mostram que os princípios não foram respeitados. Segundo a descrição:

Encerramos em verdadeiros currais, de exíguas dimensões, com cercas de arame farpado, os prisioneiros foram vítimas de todas as crueldades e vexames. De uma feita os japoneses obrigavam 12.000 prisioneiros a permanecer encerrados numa área cimentada, de cem metros quadrados, sem alimentação alguma, expostos aos rigores do sol. O espancamento tem sido norma comum, por parte dos guardas japoneses, que se aproveitam de todos os pretextos para praticar atos de incrível brutalidade e covardia. Obrigaram os prisioneiros a ficar de pé durante longas horas, ou a fazer marchas forçadas, sob um sol ardente, negando-lhes até água para beber. Prisioneiros foram torturados diabolicamente, sendo amarrados pelas mãos, com braços esticados. Para aliviar o sofrimento, os homens tinham que ficar nas pontas dos pés, até perderem de todos os sentidos. Os soldados filipinos, que constituíam a maior parte das tropas aprisionadas, foram tratadas com uma ferocidade ainda mais revoltante. Seis filipinos, que, depois de um dia inteiro de marcha, correram para um pequeno poço, para saciar a intensa sede, foram fuzilados barbaramente, na presença de centenas de seus companheiros de infortúnio, filipinos e americanos. Muitos foram caindo desfalecidos pela estrada, para satisfação dos japoneses, que passavam por cima deles com seus pesados auto- caminhões. Num requinte de extrema brutalidade, os japoneses não permitiam que outros soldados ajudassem seus companheiros, na agonia de tantos sofrimentos. (EG, fev. 1944, p. 35-36)

O relato da “Marcha da Morte” também causa calafrios aos leitores. Centenas de soldados americanos e filipinos obrigados a marchar, sem seus pertences, sob o sol escaldante, sem água ou comida, sendo espancados, torturados e presenciando cenas deploráveis.

Por algumas vezes os campos de concentração são abordados nos periódicos, tanto nazistas quanto japoneses. São locais descritos onde parte da população conquistada era levada e forçada ao trabalho, a partir de um sistema de brutalidades. Homens, mulheres e crianças eram arregimentados para esses lugares, conforme indicou a edição de julho de 1942:

Os alemães anunciaram, com fria brutalidade, que a vila de Lídice havia sido varrida da superfície da terra- com o massacre de 200 homens e cerca de 56 mulheres; tendo o restante das mulheres e as crianças sido arrastadas em lágrimas e desespero para os campos de concentração nazista dos mortos vivos. (EG, jul. 1942, p. 40)

Para a América Latina, público-alvo da revista *Em Guarda*, o inimigo foi amplamente caracterizado na reportagem “Os objetivos alemães nas Américas”. (EG, jul. de 1945, p. 38-40) Segundo o que apresentamos, um dos objetivos dessas publicações era ajudar a manter a hegemonia estadunidense no continente. Para isso, o inimigo foi descrito durante todas as edições, e sintetizado neste artigo em especial, publicado após a rendição alemã, mas justificando a proteção americana e o reconhecimento de uma contínua vigilância. Para o periódico, as metas germânicas eram amplas. Economicamente essas repúblicas continham grandes recursos naturais que auxiliariam à Alemanha. Politicamente, simbolizavam a expansão através da dominação militar. E mais, esses planos estariam tão efetivados que a América Latina já estava antecipadamente dividida em “zonas correspondentes”, em que Buenos Aires seria a sede do quartel-general. E o Brasil estabelecer-se-ia uma zona à parte.

Organizações de agremiações nazistas são citadas, bem como reuniões pangermânicas e outras atividades. A propaganda também foi expressivamente utilizada, se aproveitando, segundo o periódico, da liberdade de imprensa e da palavra para atacar e tentar ruir a democracia, através da imprensa financiada pelo nazismo e pela agência oficial alemã, a Transoceânica.

A projeção de um futuro nas mãos aliadas é sempre a partir de um “mundo melhor”, de países livres a partir do princípio de boa convivência e reciprocidade. (EG, jan. de 1942, p. 01-03) Já o retrato do inimigo, é pintado a partir da divulgação de suas atitudes ou planos futuros para povos conquistados, os quais deveriam ser detidos com toda a força de vontade das nações democráticas, como afirmou *Em Guarda*:

Da brutalidade de uma guerra em que seus iniciadores procuram esgotar todos os recursos da perlicia humana, haveria de certamente manifestar-se a reação de todos os espíritos bem formados, dispostos em encarar em causa comum tôdas das consequências desastrosas que significariam para o mundo a restauração das velhas tiranias extintas, sob o escarnio de uma ‘nova ordem’. (EG, jan 1942, p. 2)

Portanto, as revistas propagavam os princípios defendidos pelos aliados, o qual toda nação digna estava disposta a compartilhar, enquanto o inimigo utilizava de atitudes deploráveis, de crianças e traziam destruição por onde passavam. Métodos estes utilizados para conseguir alianças. O Brasil foi citado como aliado pela Inglaterra. Com os EUA ficou mais visível suas intenções, mas o país europeu, como

e por que citou o território brasileiro? Veremos a seguir.

CAPÍTULO 4- O CASO BRASILEIRO

4.1. ALIADO? – OS ANOS 30 E A ENTRADA BRASILEIRA NO CONFLITO MUNDIAL

No início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, o Brasil parecia estar bem distante da conflagração. Porém, ao observar esse contexto, nos deparamos com uma realidade bem mais complexa sustentada pelo Estado. A ascensão do político gaúcho Getúlio Dornelles Vargas, em 1930, ao cargo de presidente da república, representou grandes mudanças na política brasileira. Além de destronar a oligarquia que conduzia o poder com um golpe de Estado e de todas as suas artimanhas para se consolidar frente ao país, o presidente via no território um grande potencial econômico e militar. Mas, para que seus planos se efetivassem, era necessário grande habilidade política e oportunismo econômico, sendo uma grande “chance de ouro” do Estado Novo frente a conjuntura da Segunda Guerra Mundial. (LOCHERY, 2015, p. 15)

As disputas pela América Latina, e muito estrategicamente pelo Brasil, deram início já no período entreguerras. Sistemas de poder buscavam ampliar sua influência nos campos político, econômico, militar e ideológico, influências estas que se estenderam após a deflagração do conflito, e que propiciou a América Latina um aumento no poder de negociação, que alguns Estados souberam aproveitar. (CERVO, 2001)

Manter uma “neutralidade” frente a um conflito mundial, não é uma tarefa fácil - como não o foi - ainda mais para países mais periféricos como era o caso brasileiro nos anos 30. Vargas usou de todo o malabarismo político e econômico que pudera para tentar concessões de todos que obtivesse vantagens a economia e a industrialização. (BONALUME NETO, 1995)

Segundo Ferraz (2005) o fornecimento de produtos considerados estratégicos para os esforços bélicos foi a porta de entrada de países periféricos, como o Brasil, no conflito. A corrida por um provimento exclusivo se formou na década de 1930, entre de um lado a Alemanha e de outro Inglaterra e Estados Unidos. A guerra poderia ser “um atalho para o desenvolvimento econômico e social de um país (...).” (FERRAZ, 2005, p. 16)

O país não tinha forças armadas poderosas que pudessem beneficiar seja o Eixo ou os Aliados. Mas havia dois trunfos brasileiros que eram de interesse dos

beligerantes. Primeiro era o fornecimento de matérias-primas como a borracha, o ferro e o manganês, e produtos agrícolas essenciais para a indústria e a mobilização bélica que havia se formado. O segundo trunfo do país era sua situação continental, que com um vasto litoral, faz parte da “cintura fina” do Atlântico, ou seja, a menor distância entre a África e as Américas era a do nordeste brasileiro. Para percorrer esta distância, bastavam, na época, oito horas de avião. Sendo assim, assegurar as bases aéreas nordestinas era uma pretensão, sobretudo aliada. E mais, como veremos adiante, esse jogo duplo de Vargas associado a uma vasta presença alemã na América Latina, causou recusas principalmente britânica, que via nessa aproximação uma ameaça eminente e uma porta de entrada de Hitler e os seus na América.

Enquanto isso, as pretensões do governo brasileiro em relação a esse malabarismo político era trazer uma maior industrialização com a construção de uma Siderúrgica Nacional e conseguir material de uso militar para armar melhor seu exército. Dentro do próprio governo havia uma divisão quanto a quem apoiar ou fazer comércio, pelo menos enquanto a aproximação com os Aliados - principalmente EUA - se tornasse inevitável.

Podemos citar o próprio dilema dentro do governo brasileiro em relação a sua política externa: de um lado tínhamos líderes militares como Eurico Gaspar Dutra e Pedro Aurélio de Góes Monteiro manifestando apoio a um acordo com os alemães, seja por pragmatismo de apoiar o mais forte no momento ou por duvidarem da capacidade estadunidense em armar o país. Os Estados Unidos se mostravam receosos com essa relação, mas dependiam de empresas privadas e de autorização de um Congresso hostil em relação a guerra para essas negociações. E no lado oposto tinha-se Oswaldo Aranha, Ministro das Relações Exteriores, defensor da aliança estratégica e comercial com os Estados Unidos, a favor do liberalismo e de uma unidade pan-americana, contrário ao crescimento da influência nazista no país, em especial na região sul. O presidente brasileiro por sua vez, tentava manter uma relação “equidistante”, sabendo da “fragilidade da soberania nacional em uma situação internacional cambiante”. (FERRAZ, 2005, p. 16-17)

A importância dos latino-americanos foi sentida já na terceira década do século passado, e do papel que eles poderiam desempenhar ao apoiar “as democracias” na luta contra a Alemanha. Essa conquista passou a ser fundamental, pois, com a consolidação do Nacional-Socialismo na Europa, entidades no exterior

relacionadas à preservação da germanidade ganharam força. Um exemplo são as colônias do sul brasileiro, com uma influência presente desde a década de 20. Segundo Monteiro (2014):

A influência da ideologia nazista nas colônias de origem germânica do Sul do Brasil já se fazia presente desde o início da década de 1920. Esta ascendência ocorria devido à chegada constante de novos imigrantes e através da influência de organizações como a Federação em defesa da Germanidade no Exterior. Com o fortalecimento do Nacional-Socialismo na Alemanha, a ideologia nazista assumia maior importância, pois seus correligionários e simpatizantes passariam a contar, também, com o apoio de outras organizações, como o Instituto Alemão para o Exterior e Organização do Partido Nacional-Socialista para o Exterior. (MONTEIRO, 2014, p. 76-77)

Para conquistar a simpatia e difundir os valores do Nacional-Socialismo, a Alemanha investiu em propaganda através de órgãos oficiais e informais, embaixadas, agências, linhas aéreas como a *Lufthansa*⁴⁷, entre outros, que distribuía notícias. Segundo o historiador Gerson Moura (1984):

Além de jogar com afinidades entre movimentos e partidos políticos latino-americanos, a propaganda germânica mobilizava uma bateria de agências oficiais e informais- embaixadas, consulados, empresas comerciais, linhas aéreas, agências distribuidoras de notícias, clubes, etc. – para criar simpatia e até mesmo difundir os valores emanados do nacional-socialismo. Ao mesmo tempo, militantes procuravam aglutinar os alemães aqui residentes e seus descendentes em núcleos do partido nazista. (MOURA, 1984, p. 15)

A *Transocean*, como mencionado no segundo capítulo, uma agência do governo alemão, fornecia praticamente de graça noticiário por teletipo a quase todos os jornais. As agências americanas não conseguiam competir com a rapidez, custo e volume. Segundo o escritor Frederic Sondern Júnior:

A técnica da propaganda da *Transocean* era sutil: a garantia de que o perigo da quinta-coluna era invenção dos Estados Unidos, uma desculpa para ressuscitar as pressões e a “diplomacia do dólar”; a falta de preparo militar dos Estados Unidos, e sua incapacidade de dar apoio à América do Sul contra

⁴⁷ Segundo Seleções do *Reader's Digest*, as linhas aéreas tinham um grande poder de propaganda. Todas das regiões litorâneas estavam nas mãos de companhias americanas, porém, as linhas de ligação do interior pertenciam a subsidiárias da *Lufthansa*. Pertenciam ao sindicato Condor cerca de 40 campos de aterrisagem e uma rede de quase 10 mil quilômetros estendendo-se pelo continente. Através dessas linhas faziam favores proibidos as linhas americanas, paravam no interior levando boas informações sobre Hitler. Havia receio do Departamento de Guerra Americano até com o tamanho das pistas de pouso, que poderiam muito bem ter sido planejadas para bombardeiros carregados. Para mais informações ler: SONDERN, Frederic Jr. Hitler namora a América do Sul. In: *Segunda Guerra Mundial- ultra secreto- Seleções do Reader's Digest*. Editora Ypiranga S.A, Rio de Janeiro, 1965, p. 149- 154.

ataques era um ponto também frisado. As notícias da *Transocean* foram sempre “confirmadas” por transmissões em onda curta [...] (SONDERN Jr, 1965, p. 151)

O medo por parte dos Aliados⁴⁸ era de que as populações alemãs e italianas no Brasil pendessem a favor do apoio brasileiro ao Eixo e a imprecisão dos dados demográficos desses pretensos súditos do Eixo, gerava tensão por parte de EUA e Inglaterra sobre a neutralidade do governo Vargas. (LOCHERY, 2015, p. 64-65)

As relações comerciais com a América Latina, e com isso, o Brasil, também foram estreitadas, conforme citamos, isso devido a uma relação lucrativa por meio de trocas comerciais.

Nosso grande “vizinho” continental, Estados Unidos, tentava uma unificação e para tanto esse comércio com a Alemanha deveria ser fechado. Porém, não era tão simples. Os Estados Unidos não conseguiriam sozinhos dominar os mercados latinos americanos, já que tinham tanto uma produção industrial quanto agrícola, não podendo absorver o mercado latino, extremamente agrícola.

E mais, na década de 30, EUA enfrentou uma tarefa difícil nessa tentativa de aproximação com os vizinhos latinos. Havia desconfiança quanto as relações e aos objetivos do país, já que em períodos anteriores foram caracterizados como exploradores e interessados em governar todas as regiões que conseguissem. Esses ressentimentos ligados ao paternalismo e ao egoísmo deveriam ser superados dentro da “nova política”, dando lugar ao fomento de confiança, amizade e cooperação entre as nações da América Latina. Portanto, apesar do princípio de não intervenção, as trocas comerciais aprofundariam a influência no continente. (LOCHERY, 2015)

O historiador Roberto Gambini buscou explicar essa relação comercial ao abordar as duas estruturas do comércio no continente, citados na revista americana *Fortune*⁴⁹:

(...) na primeira o Brasil vende café aos Estados Unidos por dólares, troca-os por libras para comprar tecidos (ou pagar juros) na Inglaterra, voltando os dólares aos Estados Unidos quando a Inglaterra importa algodão. Na segunda, ao vender café para a Alemanha o Brasil recebe em pagamento produtos alemães, não entrando na transação dinheiro algum: quando a Alemanha compra café, o *Reichsbank* lança um crédito até que o Banco do

⁴⁸ Na década de 1930 Estados Unidos tentaram se manter “neutros” no conflito, porém, suas relações com a Inglaterra fazem-nos entender um apoio ao país inglês contra a Alemanha.

⁴⁹ A *Fortune* era uma revista estadunidense que se preocupava com a perspectiva do investidor americano. (GAMBINE, 1977)

Brasil encontre um importador interessado em mercadorias alemãs. (*FORTUNE* apud GAMBINE, 1977, p. 37)

Portanto, para que o comércio entre Brasil e Alemanha ocorresse, o governo germânico concordava com a forma de pagamento através de um sistema de compensação, ou seja, a permuta por produtos sem a necessidade de intermediação de moedas fortes, como a libra e o dólar, escassos em ambos os países. (MOURA, 1984) Eles introduziram uma moeda especial, chamada de marcos de compensação, ameaçando os princípios do comércio multilateral, em que os países operam com moedas conversíveis e não são obrigados a comprar de onde vendem. Com a introdução dessas trocas bilaterais com a Alemanha, o comércio com a América Latina passou a apresentar boas taxas de crescimento na década de 30. (GAMBINI, 1977)

Os militares brasileiros viam nessa aproximação uma oportunidade de melhoramentos do arsenal do país através da importação de armas alemãs, e o país comercialmente aliado, estava disposto a vendê-las.

Destarte, o comércio brasileiro nos anos 30 dependia grandemente da Europa, principal fornecedora de produtos industriais e compradora de produtos agrícolas do nosso país. Esse predomínio durou até 1938, quando um declínio devido a guerra começou a ser sentido. Após 1940, Estados Unidos assume como grande importador aos países latinos e consumidor de suas exportações.

Figura 16- Importações e exportações brasileiras na década de 30

901

TABELA V
PRINCIPAIS FORNECEDORES DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS
(porcentagens)

ORIGEM	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940
América do Sul	12,3	15,5	14,4	14,5	18,3	15,1	13,8	11,2	15,0
E. U. A.	30,2	21,2	23,7	23,4	22,1	23,0	24,2	33,4	51,9
Europa	52,8	58,2	55,8	55,5	51,6	53,5	54,2	46,6	21,2
Alemanha	9,0	11,9	14,0	20,4	23,5	23,9	25,0	19,4	1,8
Inglaterra	19,2	19,4	17,1	12,4	11,3	12,1	10,4	9,3	9,4
França	5,1	5,1	3,6	3,4	2,9	2,4	3,2	2,7	1,7
Itália	4,0	4,0	2,5	2,5	1,8	1,5	1,8	1,8	1,1

FONTE: *Diretoria de Estatística Econômica e Financeira do Tesouro Nacional*; para 1932-1936, pp. 13-15, e para 1936-1940, pp. 12-15 (adaptado)

TABELA VI
PRINCIPAIS COMPRADORES DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS
(porcentagens)

DESTINO	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940
América do Sul	10,1	8,8	8,1	7,9	6,4	7,0	6,2	7,2	10,3
E. U. A.	45,8	46,7	39,1	39,4	38,8	36,2	34,3	36,3	42,3
Europa	40,8	41,8	50,2	49,9	48,2	49,3	52,3	45,9	33,5
Alemanha	8,9	8,1	13,1	16,5	13,2	17,0	19,1	12,0	2,2
Inglaterra	7,0	7,5	12,1	9,3	11,9	9,1	8,8*	9,6	17,3
França	8,9	9,1	7,0	8,1	7,4	6,4	6,4	6,3	4,2
Itália	3,8	3,2	3,2	2,7	3,3	3,3	2,1	2,3	2,2

FONTE: *Diretoria de Estatística Econômica e Financeira do Tesouro Nacional*; para 1932-1936, pp. 20-23, e para 1936-1940, pp. 15-17 (adaptado)

Fonte: GAMBINI, 1977, p. 106.

Podemos perceber também com base nesses dados, que a Inglaterra tinha um papel fundamental nas importações até meados de 1935, quando foi ultrapassada pela Alemanha, provavelmente devido ao fortalecimento do comércio de compensação, e que a nação germânica já era uma grande consumidora de produtos das exportações brasileiras. Sobre essa relação comercial, Neill Lochery afirmou que “Tudo acabou sendo meio frustrante para os Estados Unidos e para a Grã-Bretanha, que até então tinham sido os principais parceiros comerciais no Brasil.” (LOCHERY, 2015, p. 20)

A Grã-Bretanha, que tem uma relação intensa na história brasileira, na década de 30, após a ascensão de Hitler no poder, manteve o interesse com a América Latina cada vez mais em pauta.

As relações comerciais do Brasil com a Alemanha geravam grande instabilidade. O impacto da consolidação do *füher* no poder não se limitava a Europa. A Argentina tinha grande simpatia para com o país, e a preocupação era que o Brasil também nutrisse tais sentimentos. Ademais, o Brasil também desconfiava das relações argentinas pró-Eixo ou de qualquer movimento americano para ajudá-los. O medo era de que o país vizinho fortalecesse suas forças armadas e montassem uma

campanha militar contra o Brasil. O governo por sua vez, incluiu aumentar essa ameaça com as potências estrangeiras, principalmente a Inglaterra, e cada vez mais os Estados Unidos. (LOCHERY, 2015)

O programa de rearmamento alemão, buscando formar uma das forças mais poderosas da Europa, gerou a possibilidade da venda de armas de Berlim ao Brasil, como abordado, um projeto muito sedutor aos militares de nosso país. A Alemanha parecia disposta a armar o Brasil com um arsenal de alta qualidade, gerando uma negação do governo britânico, objetivados a evitar a consolidação das supostas afeições pró-nazistas. Ao mesmo tempo, não poderia oferecer tais armamentos ao país, primeiro porque não tinham sobressalientes, depois, que em 1937 ainda buscavam manter a “paz” com os alemães. Muitos indivíduos ainda eram contrários ao rearmamento⁵⁰. (LOCHERY, 2015)

Washington não tinha tanta preocupação na questão de armas quanto os britânicos, mas sim se preocupava com as colônias, tanto as alemãs como depois as italianas, que abriam a possibilidade de um segundo poder pró-Eixo na América do Sul. Devido a isso, buscaram também estreitar laços. Em uma tentativa de aproximação, Roosevelt visitou o Rio de Janeiro em 1936, tecendo muitos elogios a Vargas e buscando inspirá-lo na industrialização, com um incentivo estadunidense. (LOCHERY, 2015)

Em novembro de 1937, o Brasil passou por um novo momento político: Vargas cancelou as eleições, banuiu os partidos e suspendeu a Constituição: era o *Estado Novo* se formando. Nas relações exteriores, esse ato pareceu levar ainda mais o país para a órbita alemã. Segundo Lochery (2015), ambos sistemas eram diferentes, sendo o Brasil mais próximo do que se instalou em Portugal, sem fortes características militares. Mesmo assim, uma agitação em relação aos imigrantes e política exterior passaram a ser observadas mais de perto. O Brasil, pretendia continuar a desenvolver laços comerciais tanto com EUA, como com as potências do Eixo.

No começo da guerra, o Eixo Berlim-Roma-Tóquio estava arregimentando muitos territórios conquistados. A Grã-Bretanha, que permaneceu por um tempo sozinha, lutava para sobreviver. Embora tivessem derrotado a *Luftwaffe*, em 1940, se viam estrangulados pelos submarinos alemães. Esse sucesso dos países autoritários

⁵⁰ Não era o caso de Winston Churchill, que defendia um rearmamento britânico contra a força nazista que se formava. (LOCHERY, 2015)

dava força aos simpatizantes do Eixo no Brasil. O próprio discurso de Vargas, em 11 de junho de 1940, sobre o couraçado *Minas Geraes* causou grande polêmica, visto uma crítica aos “liberalismos imprevidentes das democracias ocidentais”, dando trabalho a Oswaldo Aranha que buscou reverter a situação. (BONALUME NETO, 1995, p. 31)

Nesse contexto, ocorreu o primeiro encontro dos chanceleres das Américas, em 1939, após a Polônia ser invadida. Com exceção do Canadá (aliado britânico), os países do hemisfério mantiveram neutralidade. Em Havana, em 1940, após a queda da França, realizou-se o segundo encontro. Dessa vez, uma maior preocupação pairava, visto que a França tinha colônias na América, e invadida poderiam ficar sob posse alemã. Como resultado, o ataque a um país americano seria considerado um ataque aos demais.

Como citado acima, o próximo alvo seria a Inglaterra, bombardeada entre 1940 e 1941. Estados Unidos, apesar de neutros, mantinham grandes negociações com a nação, enviando materiais bélicos. A Batalha do Atlântico se fortalecia enquanto a preocupação estadunidense aumentava, um ataque do Eixo ao continente se tornou uma possibilidade real. (FERRAZ, 2005)

Um fato a se destacar, é que já no início da guerra, os britânicos foram rápidos em bloquear o mar para potências marítimas neutras, no caso, entre outras, Brasil e Portugal. Segundo Lochery (2015), o controle das exportações inimigas tornou um símbolo do seu poder naval. Como já abordado, o Brasil tinha relações comerciais com a Alemanha, e entre outras coisas, pretendia armar seus militares, algo que se não fosse feito pelos alemães deveria ser feito pelos EUA, já que a Inglaterra não estava em condições de vender seus armamentos.

Em novembro de 1940, um pouco antes de firmarem contrato com o governo estadunidense pela usina siderúrgica, o embaixador brasileiro em Londres afirmou ao *Foreign Office* que o navio brasileiro *Siqueira Campos*, que estava no porto de Lisboa, não poderia ficar lá por mais tempo, autorizando a partida do navio para o Brasil. Mais cedo, naquele mesmo dia, a embarcação havia sido carregada de metralhadoras, peças de artilharia e munições, cuidadosamente inspecionados por funcionários da embaixada alemã em Lisboa e pela polícia portuguesa, porém, também observados pelos agentes britânicos do Serviço Secreto de Inteligência (SIS/ MI6). Ao partir do cais, as fragatas britânicas já foram informadas pelo SIS, e iriam interceptar o navio

brasileiro fora das águas nacionais portuguesas. Portanto, a movimentação do Siqueira Campos estava sendo observada em Berlim, Londres, Rio de Janeiro e também em Washington. Este último, tentando intermediar a situação, pedindo aos britânicos não fazer a interceptação por três consequências:

Em primeiro lugar, os americanos temiam que tal atitude levasse um apelo do Brasil a outros estados panamericanos, incluindo Estados Unidos, para emitir um protesto conjunto à Grã-Bretanha. [...] Em segundo lugar, os americanos sugeriram que o Brasil precisava de armas para se defender e que, se não fossem autorizados a obtê-las da Alemanha, os Estados Unidos teriam que fornecê-las- algo que, inevitavelmente, prejudicaria o esforço de guerra britânico, uma vez que as únicas armas que Washington poderia liberar eram as que pretendia fornecer a Grã-Bretanha. O terceiro e mais importante [...] ao interceptar o Siqueira Campos, os britânicos poderiam precipitar de forma inadequada a queda do Sr. Aranha, o qual o governo dos Estados Unidos considerava inestimável por sua oposição à influência alemã no Brasil [...]. (LOCHERY, 2015, p. 85)

O aviso estadunidense não foi levado a sério, apesar de ter chegado quando o navio ainda estava no cais. A questão que pairava era de que ao tentar ultrapassar o bloqueio britânico, os brasileiros estariam testando a sua eficácia, e a resposta seria vigorosa, os britânicos estavam preparados sejam quaisquer que fossem as consequências diplomáticas. O navio foi interceptado pela Marinha britânica, que o mandou para Gibraltar com 140 tripulantes e 260 passageiros, em um local hostil durante uma guerra. O Ministério da Guerra Econômica adotou uma linha dura, quis que o navio servisse de exemplo, já que violaram os regulamentos. (LOCHERY, 2015)

Após a apreensão, os britânicos preocuparam-se com o que fazer com o navio, em especial por estar a bordo o secretário da embaixada brasileira em Berlim, mas não recuavam quanto a sua apreensão. No Brasil, a efervescência veio para as mãos de Aranha, que sabia que essa situação poderia até mesmo abalar seu futuro político. Ele tinha ouvido falar que o embaixador britânico no Brasil e o *Foreign Office* tinham desaconselhado o bloqueio, mas o Ministério da Guerra não seguiu esses conselhos. (LOCHERY, 2015)

O negócio com os alemães já havia se firmado dois anos antes dessa partida, e apesar de EUA e Grã-Bretanha terem se comprometido a fornecer armas ao Brasil, com a guerra, Vargas sabia que seria recusado qualquer pedido. Durante esse período, Brasil e EUA estavam cada vez mais próximos, codependentes, apesar de ainda certas suspeitas, principalmente dos militares. Com o episódio do Siqueira Campos, esses sentimentos anti-imperialistas foram fortalecidos, sendo que os

militares os “enxergavam como exploradores, que desejavam manter o Brasil subdesenvolvido e pobre a fim de maximizar seus ganhos econômicos.” (LOCHERY, 2015, p. 90) E além do mais, os alemães estavam dispostos a receber por esse armamento por café e algodão, através da permuta, e os demais somente em moeda internacional ou ouro.

Toda essa agitação diplomática e militar fez crescer o sentimento antibritânico nas forças armadas, e todos os líderes concordaram quanto a uma postura firme em relação à Inglaterra. E a estratégia seria a utilização dos Estados Unidos no acordo, que já temia que essa situação aproximasse o Brasil do Eixo. Aranha, portanto, afirmou que se os EUA não colaborassem, colocaria em risco a simpatia da América Latina em relação aos Aliados. Washington tentou fazer o que pode para amenizar essa questão e não comprometer a Política de Boa Vizinhança. A negociação foi extenuante, a Inglaterra não queria comprometer seu bloqueio, nem o Brasil deixar de receber suas mercadorias, considerada por eles, um direito internacional. O acordo só veio em 15 de dezembro, após muitas ameaças de retaliações e sentimentos antibritânicos no Brasil. Aranha se comprometeu em seguir os termos britânicos de não mais comprar dos alemães, bem como de confiscar seus navios em portos brasileiros. Portanto, esse seria o último carregamento recebido da Alemanha para o Brasil. (LOCHERY, 2015)

Esse episódio, já no decorrer da guerra, mas enquanto Brasil ainda mantinha neutralidade, nos faz reforçar algumas questões sobre a Grã-Bretanha: primeiro que em âmbito internacional, buscava manter sua força naval como um escudo, a fim de maximizar suas forças perante um inimigo agressivamente poderoso; segundo, a Inglaterra mantinha uma vigilância em relação aos países neutros, através do seu serviço secreto, principalmente em relação àqueles que poderiam enfraquecê-la no conflito; terceiro, armar o Brasil poderia ser uma ameaça, ainda mais com armas alemãs, podendo ser um inimigo em potencial; e por último, a preocupação com o Brasil e o sentimento dos militares quanto a exploração imperialista, nos faz compreender que as relações comerciais entre ambos países eram fortes, principalmente em relação aos produtos brasileiros levados para a Inglaterra.

Após o ataque japonês aos Estados Unidos, estes buscaram convocar seus vizinhos latinos. Dessa vez, a conferência foi no Rio de Janeiro, em 15 de janeiro de 1942. Retirando Chile e Argentina, todos os demais países que ainda não haviam

declarado guerra ao lado dos americanos, o fizeram, inclusive, a partir de então, o Brasil rompeu relações diplomáticas e comerciais em 28 de janeiro, com a Alemanha, Itália e Japão.

Ainda, apesar de no início do armistício o Brasil ter mantido uma “neutralidade ambígua”, os acordos pela siderúrgica e a movimentação de militares estadunidenses nas bases brasileiras, indicavam para que lado o país penderia na guerra. Essas bases eram de grande preocupação, EUA inclusive, se não conseguissem manter acordos diplomáticos sobre o seu uso, tinham planos de ocupação militar no Norte e Nordeste, visto que não poderiam deixar inimigos tão próximo no continente. (FERRAZ, 2005, p. 18-20)

A cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, foi a que mais sentiu toda essa movimentação, física e cultural, em relação aos soldados americanos. Durante a guerra ficou conhecida como “Trampolim da Vitória”, era o ponto de concentração naval e aérea dos aliados, ligando a América à Europa, a África e ao Índico. Quando os alemães tomaram o norte africano e fizeram um forte bloqueio no Atlântico, dominar os extremos americano e africano (Dakar e Natal) eram essenciais para os combates no Atlântico Sul. Isso facilitaria para reverter a situação aliada e para manter a guerra longe do continente americano. (FERRAZ, 2005, p. 33)

Após o ataque japonês à base estadunidense de *Pearl Harbor*, no Hawaii, o Brasil não pode mais manter um “duplo jogo”, aproveitando das condições para tentar modificar a situação brasileira. (GAMBINI, 1965, p. 01) Como abordado por BONALUME NETO:

Vargas tentou usar seus dotes políticos indiscutíveis para tentar concessões dos dois lados, manobrando habilmente até onde foi possível. A entrada dos EUA na guerra pôs fim a esses malabarismos, cujo ponto máximo foi conseguir apoio americano para a construção da indústria siderúrgica em Volta Redonda. Depois de *Pearl Harbor*, não havia como tolerar um país sul-americano pró-Eixo em uma posição estratégica no Atlântico Sul. Foi possível a Argentina manter sua posição de neutralidade benevolente ao Eixo até 1945, pois não se tratava de um país que pudesse afetar o esforço de guerra aliado. Já o país detentor do saliente Nordeste tinha que cooperar- caso contrário, os EUA teriam que invadir a região. Havia planos para essa ocupação militar do Nordeste, embora o caminho da diplomacia fosse certamente mais indicado e foi o escolhido. Apenas em caso de relutância brasileira em ceder bases aos americanos é que a força poderia ter sido usada. (BONALUME NETO, 1995, p. 31)

O envolvimento do continente não tinha mais volta. Ao romper relações, o Brasil estava mais que fechando embaixadas e consulados, foram advertidos que o

rompimento seria um ato de hostilidade direto. Qualquer relação mais explícita com uma nação beligerante, ele seria considerado um inimigo em potencial. Disso para uma declaração de guerra, só faltava uma agressão. (FERRAZ, 2005)

E ela veio através dos ataques aos navios mercantes brasileiros. De fevereiro a agosto de 1942, foram doze embarcações afundadas por submarinos do Eixo em águas internacionais, causando 133 mortes. O litoral brasileiro também foi integrado nos palcos da guerra. *Comandante Lyra, Baependi, Araraquara e Aníbal Benévolo; Itagiba, Arará e Jacira*, todos navios mercantes afundados na costa, deixando centenas de mortos. O que trouxe a guerra ao país, com a declaração em 31 de agosto de 1942. Um mês depois já se planejava o envio de uma força expedicionária para combater diretamente o Eixo.

Enfim, a Inglaterra, apesar de não ter a pretensão de hegemonia continental dos EUA, também era contrária ao comércio alemão com o Brasil. Primeiramente o país britânico tinha uma forte relação comercial, abalada pelo sistema bilateral alemão. Concomitantemente, com a ascensão nazista, os movimentos para a guerra e uma forte propaganda alemã gerou um sentimento de insegurança quanto seus fornecedores e talvez, se a aliança não se rompesse, futuros inimigos de guerra. A Inglaterra passa então a pressionar o Brasil contra as compras e as relações com o Eixo. Um outro fator que ressalto, é que com a disseminação dos valores estadunidenses, e uma forte presença desses na economia brasileira no final dos anos 1930 e início da próxima década, também poderia afetar diretamente as relações comerciais britânicas, que ainda buscava se manter firme com seus parceiros para as pretensões pós-guerra.

4.2. O ESTADO BRASILEIRO NAS PÁGINAS DA REVISTA A GUERRA ILUSTRADA-CONVENCENDO O ALIADO

Esse contexto abordado anteriormente trouxe consequências que se tornaram perceptíveis no periódico estudado. Se existia certos receios em relações à América no conflito e principalmente ao Brasil, como que Inglaterra abordou a nação brasileira na revista *Em Guarda*, buscando a partir dos periódicos propagandear a favor de seu país e conseqüentemente contra o Eixo, em especial a Alemanha?

A edição inglesa trouxe por duas vezes o Brasil em suas matérias. Primeiro

em 1942, com a entrada oficial do Brasil na guerra, algumas páginas foram dedicadas a explicar os motivos e exaltar imageticamente a figura de Vargas e do poderio bélico brasileiro. Friso que o Brasil é o único país latino-americano que ganhou uma reportagem exclusiva na revista britânica, o que consideramos ser um indício da importância dada à nação pela *A Guerra Ilustrada*; e mais, as edições da revista que abordam nosso país, são encontradas em bibliotecas brasileiras.

E, posteriormente, em maio de 1943, ao tratar da importância dos produtos latino-americanos para a manutenção da guerra, o Brasil foi novamente retratado, como um grande produtor de borracha e de outros produtos como a tapioca, usada na alimentação e nas indústrias.

Como abordado anteriormente, a revista em questão não teve somente tradução em português. Provavelmente, seu foco inicial tenha sido seu próprio país e os demais europeus, como a própria França. Inclusive, traduções em árabe foram encontradas. O direcionamento da tradução para o português, nos leva a analisar quanto complexa, abrangente e ambiciosa tenha sido a propaganda inglesa. E a partir disso, analisar qual a importância do nosso território para o governo britânico. EUA foi colocado como grande provedor bélico. Ao retratar o Brasil, como veremos, o periódico tentou colocá-lo como geográfica e economicamente importante para manter a guerra, e pender a balança para o lado Aliado. Deixá-lo de lado nesse discurso, seria contraditório a todo o esforço de bloqueio e negociações contra a Alemanha, a favor de um Brasil que cedesse e contribuísse para “a causa da democracia e liberdade”.

Nosso objetivo principal é mostrar como o Brasil é apresentado no periódico, qual enfoque e preocupações demonstraram os editores da revista, bem como quais os artifícios de propaganda política podemos destacar ao focalizar essas reportagens. Para que isso seja possível, utilizarei de todos os artigos do periódico que tratam sobre o país, não somente aqueles que o priorizam em seu título, bem como autores e obras que dialogam com o assunto.

Segundo Panozzo e Rela, a versão portuguesa da revista é direcionada a Portugal e ao Brasil. (PANOZZO & RELA, 2019) Os interesses britânicos por Portugal, podem ser explicados por Lochery (2012), ao tratar especificamente do contexto luso em guerra:

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 do Volfrâmio e de outros produtos para os dois lados do conflito. Após deflagrar a 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, atribuíram a Lisboa uma súbita centralidade para os planos de ambos os lados da guerra. (LOCHERY, 2012, p. 27)

Segundo o historiador português Antonio José Teló, na sua obra *Propaganda e Guerra Secreta em Portugal (1939-1945)*, a revista é feita para Portugal e para o Brasil, mas principalmente para a difusão neste último, já que não há menção especificamente sobre Portugal em nenhuma das reportagens. (TELÓ, 1990, p. 71)

Três meses após a declaração de guerra brasileira ao Eixo, o Brasil torna-se destaque numa reportagem que dedicou três páginas a explicar os motivos que levaram a grande nação sul-americana ao conflito, bem como várias descrições econômicas, militares, políticas e estratégias que abordaremos a seguir.

Com a chamada “**O BRASIL ALINHA A PAR DAS NAÇÕES UNIDAS**”, a reportagem inicia-se logo depois da revista de número 29 destacar: “A Alemanha...colhe tempestades”, a qual ressaltou a força aérea inglesa, os estragos que vinham causando nas fábricas e no transporte alemão. A justificativa de tais atos, criticados pela imprensa era: “Eu não quero que os meus ouvintes rejubilem com os sofrimentos do povo alemão, mas tenho que dizer que eles assim o quiseram; auxiliaram e apoiaram Hitler e os seus brutais sequazes nazis (...)” e continua “(...) os alemães que deploram a perda de suas casas eu diria: ‘Lembrem-se de Rotterdam, de Varsóvia e de Belgrado, lembrem-se de Coventry, de Londres e de Swansea e agradeçam a vosso Führer.’” (AGI, nov. 1942, p. 06) Tais palavras expressadas na reportagem são de Sir Archibald Sindair, ministro do ar da Grã-Bretanha, e que mais uma vez emerge a estratégia de contrapropaganda, bem como a de um inimigo em comum, que todos os povos devem desprezar, inclusive os próprios alemães.

Ao lado dessas justificativas, Vargas se sobressai em uma página onde grande parte do espaço é coberto por quatro fotos do presidente, nas mais diversas funções. Ressalto, numa revista de propaganda tudo é pensado para atrair o público-alvo e atingir os objetivos almejados. A posição da reportagem coloca a Inglaterra e o

Brasil equiparados quanto aos interesses e a figura de Vargas como essencial nessa relação.

O destaque aborda “A maior das Repúblicas Sul-Americanas, que ocupa quase metade da América do Sul, alinhou-se a par das Nações Unidas na sua imortal Cruzada contra os agressores do Eixo.” (AGI, nov. 1942, p. 07) A extensão do território brasileiro é um fator exaltado na reportagem, como a “maior das Repúblicas”. A preocupação dos editores com essas colocações é perceptível. Primeiro, ao leitor causa um tom de superioridade devido a imensidão, um tratamento nobilitado a nação; segundo, tal exaltação dá a impressão aos leitores que as Nações Unidas se fortalecem com tal alinhamento, devido aos ganhos que tais extensões de terras podem proporcionar.

Outro termo que é ressaltado é a “imortal Cruzada”. Por diversas vezes a revista *A Guerra Ilustrada* usa dessa estratégia linguística de remeter à um período histórico para fortalecer a frase, dando um amplo sentido, honroso, quase heroico às Nações Unidas na guerra; o que é confirmado pelo término “agressores do Eixo”, afirmando defesa, de retomar algo que lhe pertence por direito. As Cruzadas foram movimentos militares iniciados no século XI, de inspiração cristã, que partiram da Europa em direção a Terra Santa com o objetivo inicial de mantê-las sob o domínio cristão. Ao evidenciar esse acontecimento, a manchete também trouxe um sentido religioso, uma missão, que, naquele momento, o Brasil passou a fazer parte.

A explicação do porquê o Brasil alinhou-se à causa Aliada aparece nas primeiras linhas: reação ao Eixo. O afundamento dos navios brasileiros caracterizado como “sem piedade” pela Alemanha desencadeou, segundo a revista, a declaração de guerra. Mas afirmou também, que durante toda a guerra, o país teve atitudes favoráveis aos Aliados.

Em nenhum momento uma pretensa neutralidade brasileira foi mencionada, menos ainda, as negociações com a Alemanha. Segundo Leticia Pinheiro, até meados de 1940, o Brasil se colocava numa posição equidistante dos EUA e da Alemanha. Porém, a partir deste momento essa neutralidade ficou comprometida. Como afirmou a autora:

(...) até meados de 1940 não resta dúvida de que o Brasil se colocava em posição equidistante dos Estados Unidos e da Alemanha. A partir de então, entretanto, fica claro para o observador que a neutralidade brasileira foi por diversas vezes manipulada em favor da causa aliada, ou mais precisamente

em favor dos Estados Unidos, donde o próprio conceito de neutralidade, que dirá o de equidistância, fica comprometido. (PINHEIRO, 1995, p. 110)

O que observamos no discurso é a utilização da omissão. Sendo assim, é exaltado no texto propagandístico aquilo que se pretende mostrar ou destacar, como sendo uma verdade única. Enquanto demais relações comerciais e política do período são ignoradas. Deste modo, o interlocutor é privado de informações, que, sempre que possível, o discurso procura não deixar que ele perceba essa falta. Alguns pesquisadores não consideram a omissão como uma mentira da propaganda. Mas, o teórico Durandin (1996) indicou dois critérios a esse respeito: “(...) se aquilo que é omitido for importante para a pessoa quem se fala, e se esta não tem acesso a outras fontes de informação, a omissão é semelhante a mentira, pois produz os mesmos efeitos.” (DURANDIN, 1996, p. 85)

A descrição do Brasil é marcada, assim como a manchete, pela grandiosidade. Ao leitor, parece que a nação está sendo apresentada. Destacou-se “(...) uma grande nação cujo tamanho e cujos recursos, são, assim como seu progresso, relativamente pouco conhecidas no mundo.” (AGI, nov. 1942, p. 07)

Os objetivos da propaganda imbuída no periódico começam a aparecer. Se por um lado o país é elogiado e exaltado, por outro, os interesses Aliados nele se destacaram. A preocupação com a posição geográfica brasileira se tornou um dos assuntos principais. Segundo *A Guerra Ilustrada*, ocupando praticamente metade da América do Sul, com um vasto litoral, e uma proximidade de 1800 milhas entre Pernambuco e Dakar (África). O país tem uma capital importância já que poderiam defender a parte mais estreita do Atlântico e uma parte importante Sul-americana.

Entre o final do ano de 1940 e os meses que o seguiram, os alemães tiveram o controle do norte africano. Esse domínio os deu vantagens estratégicas muito grandes, já que, o presidente da França não ocupada autorizou o uso de instalações aéreas e portuárias de Dakar, o ponto mais ocidental da África. De lá a América, especificamente em Fernando de Noronha, seriam oito horas de avião. Além de aeródromo a região poderia ser base de submarino e vasos de guerra. Portanto, a Batalha do Atlântico que a princípio se intensificou na área de tráfico entre a Europa e a América do Norte, também se voltou para as águas do hemisfério sul. (FERRAZ, 2005)

Sendo assim, não era simplesmente uma reportagem descritiva sobre o

Brasil, e sim uma que demonstrava sua importância na guerra. Em nenhum momento o comércio com a Alemanha é descrito, nem as problemáticas e preocupações que causavam, já que expor poderia ser um risco tanto para a opinião do governo brasileiro, militares, quanto dos demais leitores que poderiam se colocar a favor de tal situação.

Para realizar essa proteção o poderio bélico foi destacado: da Esquadra Brasileira faziam parte dois couraçados de 19 200 toneladas, três bases navais de primeira ordem, três Regimentos aéreos para atuar em bases situadas na costa, “excelentes” portos “tão famosos” como do Rio de Janeiro e Santos que facilitavam a navegação da parte meridional da América do Sul e da Cidade do Cabo aos EUA. (AGI, nov. 1942, p. 07) Em todo o momento em que se destacou proteção e poderio, o Brasil foi o protagonista, não houve menção sobre as forças estadunidenses na região. As bases aéreas e os portos são destaques, os quais são relacionados a proteção como também o comércio, dois interesses ingleses.

A exaltação do governo brasileiro está presente na reportagem. Além do aporte imagético que abordaremos mais à frente. Muitos elogios são tecidos a Vargas e a sua governança. Ela é descrita como sábia e responsável pelo crescimento econômico e industrial do Brasil nos anos anteriores, que segundo AGI “o que permite que o país se basto a si próprio e possa ainda prestar valioso auxílio à causa dos Aliados em geral (...)” (AGI, nov. 1942, p. 07)

A exaltação da personalidade política do líder de Estado vem como uma estratégia, uma forma de propaganda que promove os méritos e qualidades, ocultando críticas e defeitos que podem fazer parte de sua personalidade e história.

Um líder “sábio” e uma autonomia econômica e industrial é abordada. Logo em seguida colocou como favorável os Aliados e ao EUA em particular. O apoio mútuo dos EUA para com o Brasil é ressaltado, como se quisessem reafirmar a posição da nação. A revista aborda “O Brasil trabalha em íntima colaboração com os Estados Unidos na exploração dos seus vastos recursos para o esforço de guerra dos Aliados.” (AGI, nov. 1942, p. 09)

A borracha brasileira é o produto em destaque. As possibilidades industriais do látex acabaram por difundir a Amazônia ao mundo. O Diário Oficial do Amazonas, segundo Lima (2013), afirmava que era o produto natural com a mais variada utilização, sendo mais de 40 mil aplicações na indústria. No começo da década de 40,

após um imobilismo econômico do início do século, com a invasão das zonas produtoras da Ásia pelos japoneses, fez com que os EUA volvessem sua atenção para a Amazônia. A plantação de Henry Ford no Amazonas aparece na reportagem dizendo que duplicará a quantidade, que era cerca de 50 000 toneladas anuais. A fábrica para a exploração e os meios de transporte seriam fornecidos pelos EUA.

A borracha natural que já era essencial para o desenvolvimento da indústria e para vida moderna, torna-se agora crucial para a preparação e para implementação da guerra, a ponto de se afirmar que com a borracha talvez se ganhe a guerra, mas sem ela, com certeza, a guerra estaria perdida. Isso fez com que o governo norte-americano, se visse as voltas com estratégias para aumentar seus estoques de borracha de antes da guerra, e manter seus níveis do produto após a entrada na guerra e a invasão dos centros produtores do sudeste asiático. (LIMA, 2013, p. 45-46)

Tal capacidade produtiva observada apenas pelo aspecto técnico seria mais que o suficiente para atender as necessidades estadunidense e de todos os seus aliados durante a guerra, porém, os técnicos americanos não tinham efetivo conhecimento da realidade Amazônica e das dificuldades concernentes à extração do látex da seringueira. As principais dificuldades para extração da goma elástica residiam: “na densidade de árvores por hectare de floresta, na quase completa desarticulação da cadeia produtiva de borracha da região, falta de transportes adequados para região, nos problemas burocráticos e principalmente na escassez de mão-de-obra nas regiões produtoras”. (LIMA, 2013, p. 48)

Em relação a este último, o recrutamento para a retirada do látex na região amazônica atraiu milhares de alistados, principalmente nordestinos, que passavam por uma das piores secas que tiveram visto naquele século. A conhecida como “Batalha da Borracha” deslocou não menos de 20 mil homens, muitos levando consigo sua família, na esperança de melhorar suas vidas. (FERRAZ, 2005)

Contudo, não foi a prosperidade que os “soldados da borracha” viram. O que encontraram foi um ambiente inóspito, com muitos perigos e doenças, e relações de trabalho das piores possíveis. Segundo o historiador Francisco Ferraz:

A produção de borracha acompanhou o insucesso dos seus trabalhadores. Das 35 mil toneladas por ano aguardadas pelos Aliados, apenas 22 mil foram produzidas. Quando a guerra acabou, reduziu drasticamente a demanda pela borracha amazônica. Como não foram realizados investimentos na infraestrutura econômica da região a Amazônia retornou a letargia de antes da guerra. E aqueles milhares de trabalhadores que acreditavam nos anúncios da aventura amazônica e sobreviveram as dificuldades da Batalha da Borracha ficaram abandonados a própria sorte. (FERRAZ, 2005, p. 25)

Destacaram-se também o carvão, colocado a quantidade de 5 000 000 000 de toneladas, e o bauxita, ambos indicados como essenciais na guerra moderna; mas outros minérios são citados: o ferro, crômio, molibdênio, mica, cobre, magnésio e níquel, sempre em grandes quantidades.

Os gêneros alimentícios também aparecem como auxílio aos Aliados. Um fator interessante é a comparação com a Argentina. Segundo a revista: “mesmo em gêneros alimentícios já auxiliou a causa dos Aliados exportando, o ano passado, maior quantidade de carne conservada do que a Argentina.” (AGI, nov. 1942, p. 09)

Sabemos que, a Argentina foi e ainda é um dos grandes produtores de carne, não nos cabe aqui discutirmos detalhes quantitativos. A questão que fica nessa reportagem é o porquê da comparação. No cenário brasileiro a guerra possibilitou várias oportunidades para o mercado de produtos agrícolas e pecuários. O consumidor interno sentiu no aumento de preço e na escassez dos produtos, como a carne. Já os produtores vislumbravam a oportunidades para obter lucros, aumentando a produção. (SOARES, 2019)

Já o caso argentino é peculiar quanto ao conflito e as relações entre EUA e Inglaterra. O país se manteve neutro até quase cessar o combate, o que criou percalços em relação ao governo estadunidense. Até antes da entrada dos Estados Unidos na guerra, ambos mantinham relações econômicas. Porém, com a declaração de guerra o governo requereu da Argentina uma posição quanto aos planos de defesa continental. Contudo, chanceleres argentinos consultaram militares, e decidiram pela neutralidade. (RAPOPORT, 1988)

Todavia, as relações argentinas com os beligerantes eram prudentes. Acordos econômicos e políticos foram traçados com os britânicos, sem que a neutralidade fosse colocada em xeque. Por sua vez, os Estados Unidos mandavam instruções para uma ruptura.

A reportagem é finalizada reafirmando o apoio dos EUA na extração e fundição mineral, afirmando que o *American Export and Import Bank* já havia concedido 20 000 000 de dólares em empréstimo para a construção de uma fundição de aço.

Em maio de 1943, na revista de número 35, o Brasil volta a fazer parte da reportagem. Nessa edição a revista reforça o poderio das Nações Unidas, os fatos

heroicos de quem os apoia, mas também começa a pensar no futuro dessas nações, tendo cuidado de demonstrar que todos os aliados, incluindo a URSS, garantiriam a liberdade e a autonomia dos governos assim que a beligerância se findasse.

Na página de número 10 dessa revista, em uma lauda, com três colunas de escrita e sem imagens, a chamada “A AMÉRICA LATINA ESTÁ A SUPRIR AS PERDAS ECONÔMICAS SOFRIDAS NO EXTREMO ORIENTE” se destaca. Como dito anteriormente, analisaremos neste tópico as reportagens que abordaram o Brasil, mesmo que este não apareça no título. Em apenas uma página o nome da nação brasileira aparece por sete vezes, veremos a seguir quais as circunstâncias para essa constante.

O destaque aborda “Muitas repúblicas da América do Sul e Central estão agora a ajudar a suprir a falta de certas matérias primas devida a invasão japonesa das Índias Orientais” (AGI, maio 1943, p. 10) O que é perceptível nessa reportagem, e que abordamos no capítulo 3, é o equilíbrio entre a demonstração de força e a necessidade de manter as nações colaborando com o conflito, já que sem essa ajuda mútua os britânicos poderiam entrar num problema de abastecimento.

O inimigo em destaque são os japoneses. A reportagem inicia falando de Pearl Harbor, apontando como objetivo do ataque “(...) pôr fora de combate a maior parte da Esquadra do Pacífico dos Estados Unidos (...)” (AGI, mai. 1943, p. 10) Uma estratégia de escrita interessante, já que o foco dessa reportagem é a América, um exemplo que se aproximou do contexto por eles vivenciado chamaria mais atenção para uma leitura completa. Mas o texto continua para chegar em seu objetivo: os japoneses, após a base naval estadunidense na América invadiram o que o periódico chamou de Índias Orientais.

Os objetivos para tal ato da nação do Eixo foram resumidos em três: primeiro novas bases ofensivas para ataques a Austrália e ao Ocidente através da Birmânia até a Índia; em segundo a necessidade de bases defensivas contra-ataques das Nações Unidas à esfera de poder político do Japão no Pacífico; e por fim, essa invasão privaria as Nações Unidas de matérias- primas de vital importância.

O imperialismo é colocado como a salvação e prosperidade da população que vivia na região das Índias Ocidentais. Segundo *A Guerra Ilustrada*: “(...) a obra do Império Britânico e da Administração Colonial holandesa, que converteu regiões incultas, como a Península de Malaca e de Java, nas comunidades agrícolas tropicais

mais prósperas e altamente desenvolvidas de todo o mundo.” (AGI, mai.1943, p. 10)

Essa preocupação de mostrar os feitos ingleses para com as regiões dominadas aparece por mais de uma vez nas edições da revista. Como se precisassem reafirmar seus valores, já que poderia causar certos estranhismos e ambiguidades, como que uma nação que defende a igualdade, autonomia e respeito com as demais do globo ainda mantinha um império? Os próprios militares brasileiros, como abordamos nesse capítulo tinham certa desconfiança sobre a exploração que o Brasil poderia ter pelas nações imperialistas.

A Grã-Bretanha assume a responsabilidade com a região, afirmando ter construído uma fortaleza para “proteger o seu armazém oriental”. Mas mesmo assim, ela caiu. A tentativa foi mostrar que não era um momento de decadência da Comunidade de Nações, mas sim uma consequência da queda da França. A reportagem trouxe a fala do marechal Smuts, explicando o momento para as câmaras do Parlamento Britânico: “(...) os mal-intencionados consideram a queda de Singapura como uma prova de decadência e como sinal da iminente derrocada da Comunidade de Nações. A verdade é que foi uma mera consequência da queda da França e nada mais.” E a revista continua: “Foi, com efeito, a queda da França e a rendição da Índochina Francesa que fez com que o ataque a Singapura, pela retaguarda, fôsse uma operação militar e naval relativamente simples.” (AGI, mai. 1943, p. 10)

Mesmo admitindo a perda, as consequências para a guerra, a reportagem busca enaltecer o império e as Nações Unidas, e colocar a vitória japonesa como algo fácil de se fazer, não sendo uma operação complexa.

Após essa explicação inicial a reportagem demonstra uma virada estratégica do seu conteúdo. Os produtos importantes para a guerra que perderam, já estavam sendo substituídos pelos latino-americanos. Portanto, se perdeu nas ilhas orientais, mas se ganhou muitos aliados com apoio contra o Eixo: O Brasil (primeiro a ser citado), Cuba, México, Costa Rica, República Dominicana, Guatemala, Nicarágua, Haiti, Honduras, São Salvador, Panamá e Bolívia. A demonstração de forças e alianças era constante, como se essa reafirmação se tornasse necessário na propaganda devido as pressões sofridas pela nação.

O produto inicial foi a borracha. Novamente o item foi exaltado como sendo um dos essenciais à guerra. Por mais uma vez as florestas tropicais do Brasil e das repúblicas do Amazonas aparecem como grandes produtoras até a Grande Guerra.

Sendo que na década de 40, as Índias Orientais ultrapassaram essa produção com 89,1 % da produção de borracha. Mas, os esforços dos EUA na região do Amazonas são colocados como um grande feito na elevação dessa produção. Os acordos de compra de tal produto pelos EUA também são apontados. Sendo assim, afirmaram: “(...) o Brasil pode passar a ser a principal fonte de abastecimento das Nações Unidas.” (AGI, mai. 1943, p. 10) O investimento para isso também apareceu, como os veículos anfíbios fabricado em indústrias estadunidenses.

A corda e os fios aparecem na sequência. A perda com a queda das Índias Orientais foi do cânhamo da manilha para cordoaria. O produto foi colocado como de fácil cultivo e condições climáticas favoráveis na América Latina. Porém, segunda a revista, tinha produtos brasileiros que poderiam substituí-lo, como a piaçava, uma palmeira que oferece uma fibra de fina qualidade para cabos náuticos. A preocupação com esse tipo de material é visível, cordas navais, fios, juta, para fazer estopas para sacarias, produtos muito utilizados nas operações militares. O Brasil é colocado como produtor de matérias-primas substitutas.

A cinchona, principal fonte do quinino, também é abordada como uma planta encontrada na América do Sul e com substitutos procurados pelos EUA. O produto é extraído da casca da árvore *Cinchina Calisaya*, e era uma das substâncias mais utilizadas no tratamento da malária. Próximo a Segunda Guerra, quando a Alemanha já estava em seu processo expansionista, o Brasil, bem como outros países da América Latina, passava por surtos da doença. Diante da situação, e com medo de que atingisse locais estratégicos como o Canal do Panamá, o governo estadunidense resolveu mandar verbas, unindo ações da Fundação Nelson Rockefeller e do governo brasileiro, instituiu-se o Serviço de Malária no Nordeste. (TAUIL, 1985)

Por fim, a tapioca destaca-se. Produto de origem brasileira, extraído da raiz da mandioca, ganhou importância alimentícia e industrial, citados como exemplos da dextrina, glucose, xarope, álcoois de etilo e butiroso, acetona e adesivo. Segundo *A Guerra Ilustrada*: “(...)o Brasil já produz uma enorme quantidade, ampla para satisfazer todas as necessidades e a sua produção pode desenvolver-se rapidamente.” (AGI, mai. 1943, p. 10)

4.2.1 Discurso Visual Propagandístico

Assim como os signos textuais trilharam um discurso em tom elogioso sobre as capacidades econômicas territoriais, políticas e militares, as fotografias, via de regra, seguiram o mesmo caminho.

A narrativa visual construída no decorrer da reportagem de novembro de 1942, chama a atenção pela seleção realizada durante a edição, sendo que, em meio a um vasto conjunto de imagens que poderiam ser escolhidas, as que remetem ao universo político e militar são as que ganharam destaque, norteando a representação visual pretendida pelo periódico.

O uso da imagem como método propagandístico foi amplamente utilizado na revista *A Guerra Ilustrada*. Como o próprio nome sugere, o destaque nas edições foram as imagens, reportar a guerra através de ilustrações. Esse recurso foi destaque em vários meios, sendo facilmente encontrados em revistas da época, como a própria *Em Guarda*.

Na primeira reportagem analisada, de novembro de 1942, nas três páginas dedicadas ao Brasil encontram-se 11 fotografias, ocupando uma proporção aproximada de mais de 70% das páginas. Destas, 5 são do presidente da república, sendo que 4 delas foram agrupadas na primeira página da reportagem.

Ao lembrarmos que no conteúdo de uma revista todos os itens são editados com um objetivo específico, como um método de convencimento ao leitor, torna-se fundamentado analisarmos o aporte imagético abordados nas reportagens referentes aos Brasil.

A fotografia inicial mostra o presidente da república brasileira no canto direito de um carro oficial, olhando levemente para o lado, acompanhado por oficiais superiores do Exército e da Marinha, atravessando o Rio de Janeiro para assistir a uma parada. Na imagem percebe-se a escolta da cavalaria. Sobreposta a esta, outra fotografia, cujo presidente está numa varanda, olhando para baixo, sorrindo, com sua cartola em mãos, cercado de pessoas políticas e militares, saudando a multidão. A construção dessas imagens nos faz estabelecer uma relação direta do líder com as forças armadas, mas também com as massas, promovendo de maneira positiva a figura de Vargas, mantendo o nacionalismo, como também a figura carismática que a propaganda política do seu governo buscou manter.

Difícilmente as fotografias tinham autoria revelada. E no caso específico estudado, nenhum fotógrafo ou agência é referenciado, o que nos faz remeter a possibilidade de serem fotos oficiais do governo cedidas a órgãos internacionais.

As duas próximas fotografias que estão no canto esquerdo da página, fazem parte da mesma construção de poder político e da figura do presidente, porém, com um detalhe que merece atenção.

Na edição de setembro de 1935 da revista *O Globo*, periódico estudado na tese de doutoramento de Cláudio S. Machado Júnior⁵¹, uma fotografia de Vargas é publicada, cujo fotógrafo alegado foi Santini. A fotografia, como a própria legenda identificava, tinha um valor histórico associado ao retorno do então presidente da república a capital rio-grandense para a Exposição de Centenário Farroupilha. Porém, a fotografia também possuía um forte apelo estético, apreendendo que o presidente daria o primeiro passo da escada do avião até o solo gaúcho. Outras fotografias similares foram publicadas ao longo da Era Vargas. (MACHADO JR, 2015)

A fotografia publicada na revista *A Guerra Ilustrada*, em 1942, possui o mesmo apelo imagético. A figura mostra Vargas saindo do carro, no instante que daria o primeiro passo no quartel general do Exército. A legenda abordava: “O presidente chega ao Quartel General do Exército durante as manobras...” e na fotografia abaixo: “[...] e troca impressões com um Oficial do Estado maior.” (AGI, nov. 1942, p. 07)

A narrativa construída é a de que o líder do país continental, agora aliado oficial das Nações Unidas, dá o “primeiro passo” para estratégias militares na guerra, contra as forças do Eixo, em proteção da nação brasileira.

⁵¹ Ver em MACHADO JR, Claudio de Sá. **Percursos visuais do político**: representação pública e performance fotográfica de Getúlio Vargas. *L'Ordinaire des Amériques* [Online], 2015.

FIGURA 17: Presidente da república na capital rio-grandense para a Exposição de Centenário Farroupilha.



Fonte: Revista O Globo

FIGURA 18: Vargas chegando no quartel general.



Fonte: AGI, nov. 1942, p. 7.

A próxima fotografia, que ocupa metade da página seguinte, também se refere a figura de Vargas. O chefe do governo está à frente de oficiais, caminhando, como se liderasse os demais. A construção da imagem, o enquadramento pretendido e a escolha dessa fotografia para a revista, nos indica a liderança e a potencialização do nacionalismo, visto que o presidente e os oficiais do Estado Maior estão indo assistir ao desfile cívico de 7 de setembro.

As quatro fotografias seguintes referem-se ao poderio militar da nação aliada. Couraçado, blindados, militares da reserva e os Generais Moura e Gardoso são apresentados no jogo de imagens. Estas estão em consonância com o texto escrito na reportagem. Ao analisarmos esse discurso visual como elemento propagandístico, demonstrar a força de países que entraram na Guerra pode ajudar a desestabilizar o

inimigo, favorecer o apoio da nação a entrada do seu país no conflito, sendo que a narrativa apresentada é de que o Brasil está sendo ameaçado, mas que está sendo preparado e bem liderado para se proteger ao lado das Nações Unidas.

O discurso visual apresentado aponta a um equilíbrio entre um líder forte e o poderio militar que ele conduz. As forças armadas em torno de um presidente, que coordena e é carismático, porém, preocupado com os próximos passos a serem dados pela nação e que aparentemente estavam preparados para a beligerância. Recordando que, na propaganda, nem sempre o apresentado é verdadeiro, ou mentiroso, e sim é exaltado as características que interessam a ser divulgados.

De acordo com o historiador da fotografia André Roullé: (...) a informação pelas imagens, do modo como se instaurou na metade de 1920, não se apoia nem na fotografia instantânea sozinha, nem na tipografia sozinha, mas na aliança entre os sais de prata, para a produção das imagens, e a tinta de tipografia, para sua difusão.” (ROULLÉ apud MACHADO JR., 2015, p. 04)

Já a página 10, de maio de 1943, foge da configuração da maioria das reportagens. Nela não aparece nenhuma fotografia. Porém, o formato da edição chama a atenção para cada item exposto, sendo uma estratégia visual.

Cada item citado como produto essencial da “América” para a guerra aparece em um texto curto, com título em negrito. Essa divisão é apresentada no texto com três colunas. Ao olhar para a reportagem, sem ler as descrições, subentende-se que esses itens em destaque são oferecidos pela América Latina em contribuição essencial para a guerra.

Figura 19: A América Latina



Fonte: A Guerra Ilustrada, maio de 1943, p. 10.

A tipografia foi utilizada para situar o leitor, mostrando quais elementos são dominantes e quais os menos importantes. Desse modo, diferencia-se os elementos que devem ser lidos primeiro dos quais devem ser saltados, utilizando dicas visuais sutis.

Desse modo, os elementos textuais foram pensados de modo a trazer destaque a cada matéria prima privilegiada na reportagem, com fonte em negrito e espaço pensado na formatação visual do texto. Assim sendo, o leitor é conduzido a compreender que a América Latina é fonte primordial de elementos essenciais à guerra para os Aliados.

CONCLUSÃO

Em suma, a propaganda de guerra adquiriu uma grande importância durante o século XX, principalmente durante a Segunda Guerra Mundial. O termo propaganda ganhou aspectos negativos após seu uso abusivo por Estados agressivos, passou a ter caráter pejorativo. Porém, mesmo sobre a alcunha de informar, os métodos propagandísticos estavam presentes, buscando influenciar a população e adquirir cada vez mais aliados.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, técnicas modernas passaram a ser empregadas para a disseminação da propaganda. Esta, se direciona tanto internamente no próprio sistema político, como externamente, criando laços, enfraquecendo seu inimigo e, por que não, exaltando as próprias características.

A propaganda política de guerra utilizou-se de várias dimensões para atingir seus objetivos, passou pelo uso da cultura, da ciência e até das emoções. Para isso empregou mecanismos, que passaram de responsabilizar o outro pela guerra, até de colocar sua causa como sagrada.

As revistas foram amplamente utilizadas tanto pela sua propaganda escrita como visual. Os periódicos *Em Guarda* e *A Guerra Ilustrada* fizeram parte desta gama de recursos que procuraram atingir a opinião pública e conduzir a um determinado posicionamento. Para além de informar, noticiar e trazer estatísticas, estava a busca pela confiança do leitor. As revistas utilizaram, em sua maioria, o mecanismo da Contrapropaganda, indicando inimigos claros a combater, que ameaçavam a soberania, democracia e liberdade das nações.

Ambas revistas utilizaram, para propagandear, mostrar o confronto pictoricamente. A fotografia foi o recurso mais utilizado, percebendo o apreço dos editores em mostrar os acontecimentos, buscando atingir os sentimentos do público-alvo. A presença do fotojornalismo se tornou cada vez maior.

A revista *Em Guarda*, voltada para a defesa da supremacia continental dos Estados Unidos, velado em “pela defesa das Américas”, estava buscando defender os interesses estadunidenses. Para isso, não poupou ilustrações e menções a seus aliados americanos. Também trouxe a necessidade de se colocar à defesa dos países que se colocaram a favor da democracia, auxiliando a Inglaterra no conflito.

Por ser uma fonte histórica mais estudada por historiadores brasileiros, optou-se por sua presença na dissertação, quanto comparação, porém, o foco foi mostrar os recursos britânicos de propaganda com a revista *A Guerra Ilustrada*, esta, inédita na historiografia brasileira.

Os britânicos utilizaram-se de um amplo sistema propagandístico, que, abrangia um Ministério das Informações responsável pela política e produção de material de propaganda, contando com suas várias divisões. Este, teve dificuldades em sua formação, já que deveria resistir ao Ministério da Propaganda alemão, portanto, não se igualar as suas atitudes, preocupando-se em propagandear e manter uma sociedade democrática que valorizava a liberdade.

O MOI produziu pesquisas e utilizou da inteligência secreta para acompanhar seus sucessos e corrigir seus fracassos propagandísticos. A utilização de empresas privadas nessa distribuição favoreceu a estratégia de invisibilidade, gerando a dificuldade de associar panfletos, livros e periódicos ao governo.

As revistas estudadas, apesar de se referirem a contextos distintos, com uma grande amplitude geográfica, analisando os recursos propagandísticos utilizados em ambas, eles se repetiram. Alguns termos, expressões e valores foram encontrados nos dois periódicos, transmitindo ideais político-ideológicos para aproximação de países colaboradores ou para conquistá-los.

O que mais era propagado era o poderio militar das nações, porém, não era suficiente para o convencimento da opinião pública. O que foi observado é que os Aliados, principalmente EUA e Inglaterra eram associados ao bem absoluto, a democracia, a liberdade e ao ideal de humanidade. O discurso persuasivo não deixava espaço para neutralidades ou oposições, já que não estar aliado, segundo essa propaganda, era o mesmo que estar vinculado ao mal.

Os princípios de liberdade e democracia embasavam os discursos de guerra. Eram utilizados tanto para legitimar o embate bélico, bem como para dar continuidade ao conflito. Não lutar a favor deles, era o mesmo que defender o autoritarismo, a agressão e a subjugação da humanidade pelo Eixo.

Mostrar seus aliados e a força que mantinham juntos era outro meio de propaganda das revistas, reforçando a ideia de expansão e fortalecimento dos Aliados. As sociedades foram mostradas sempre mobilizadas para defender os ideais. Homens, mulheres, crianças e até os mais velhos, cada qual fazendo sua parte para

alcançar a vitória.

O inimigo era forte e precisava ser combatido. Era caracterizado sempre com palavras pejorativas, como mal, gangster, monstros e tiranos. A projeção para o futuro nas mãos aliadas, segundo os editores, ao contrário, era a garantia as nações de uma ordem democrática, baseada na liberdade das nações.

Para o EUA, o Brasil deveria associar-se aos Aliados, mantendo assim, a hegemonia continental e mantendo afastado seus inimigos, principalmente pós o ataque ao norte africano. O Brasil, manteve a neutralidade nos primeiros anos de guerra e até mantinha relações comerciais com os alemães. *Em Guarda* demonstrou essa preocupação e buscou destacar o Brasil. Já a Inglaterra citar nosso país em sua propaganda, chamou muita atenção.

A revista *A Guerra Ilustrada* trouxe por duas vezes o Brasil em suas reportagens. Sempre associado a magnitude, a importância para manter o continente e para enviar os materiais necessários ao Império Britânico e seus aliados para seguirem a guerra.

Essas menções nos fizeram refletir sobre algumas questões importantes. Primeiro o Brasil se manter neutro, não era de todo o mal para o governo inglês, já que teriam navios livres para transportar mercadorias no oceano. Porém, após algumas derrotas e a dificuldade de se manter por tanto tempo no conflito, trouxe a necessidade de colocar o Brasil como aliado e grande fornecedor de produtos para a guerra, mostrando para os leitores que o mundo estava mobilizado para vencer a guerra do Eixo, inclusive a grande nação sul americana.

Chegamos ao fim desse trabalho, o que não significa que este tema foi esgotado em análises. O período e as fontes que destacamos nesses capítulos oferecem uma infinidade de problemáticas para o desenvolvimento de futuras pesquisas que se dediquem as décadas de 1930 e 1940.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fontes:

Revista A Guerra Ilustrada. London: Great Britain. Ministry of Information. Edições mensais 1940 a 1945. (Fonte)

Revista Em Guarda. New York: Business Publishers International Corporation. Edições mensais de 1941 a 1945. (Fonte)

Bibliografia:

----- . **Revistas em Revista.** EDUSP, São Paulo, 2008.

----- . **Na Mira do Olhar:** um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas na primeira metade do século XX. São Paulo, V. 13, Nº 1, 2005, p. 193-174.

----- . Propaganda. Disponível em <https://www.nationalarchives.gov.uk/help-with-your-research/research-guides/propaganda/> , acesso em 18 de abril de 2020.

----- . **Ministério da Informação**, séries INF e INF 3. Disponível em <http://www.nationalarchives.gov.uk/theartofwar/inf3.htm> acessado em 19 de abril de 2020.

AZÉMA, Jean- Pierre. A guerra. In: RENÉ, Rémond (org.). **Por uma história política.** 2. Ed. Rio de Janeiro: Ed da FGV, 2003.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de comunicação.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

BARROS, José D'Assunção. **História Comparada.** Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2014.

BERTONHA, João Fábio. **O Império de Hitler:** a “Nova Ordem” nazista da Europa-1939-45. Revista Tempo, Vol. 14, Nº 28, Niterói, jun. 2010.

BOAS, Sergio Vilas. **O Estilo Magazine:** o Texto em Revista. Summes, São Paulo, 1996.

BOBBIO, N; MATEUCCI, N; PASQUINO, G. **Dicionário de Política.** - Brasília: Editora Universidade de Brasília, 11ª ed., Vol. 1, 1998.

Bonalume Neto, Ricardo. **A Nossa Segunda Guerra:** Os brasileiros em combate (1942-1945). Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1995.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Fotografar, documentar e dizer com a imagem. In: **Cadernos de Antropologia e imagem**, Rio de Janeiro, p. 27-54.

BUDIANSKY, Stephen. **Britain's Propaganda War on America**. *World War II* magazine, May/June 2010.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia: de Guttemberg à Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CARDOSO, Débora. A "neutralidade colaborante" e propaganda em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial. Lisboa: **Revista de História da Sociedade e da Cultura**, 1ª ed., v. 17, 2017.

CASTRO, Celso; Izecksohn, Vitor; KRAAY, Hendrik (Orgs.) **Nova história militar brasileira**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

CERVO, Luis Amado. **Relações Internacionais da América Latina**. IBRI, São Paulo, 2001.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo, Editora Ática, 15º Edição, 2002.

CYTRYNOWICZ, Roney. **Guerra sem Guerra**. EDUSP, São Paulo, 2000.

DOMENACH, Jean- Marie. **A propaganda política**. Ed. Ridendo Castigat Mores. 1963.

DUARTE, António Paulo. **A Visão da "Guerra Total" no Pensamento Militar**. Revista Nação e Defesa, Outono-Inverno 2005, N.º 112 - 3.ª Série, p. 33-5

DURANDIN, Guy. **As Mentiras na Propaganda e na Publicidade**. JSN Editora, São Paulo, 1997.

FALCON, Francisco. "História e Poder" In: CARDOSO, Ciro Flamarion & VAINFAS, Ronaldo (org.). **Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997, p.61-89; 462-464.

FERRAZ, Francisco César Alves. **História militar e História Social**. Anais do I Seminário Internacional de História, da Universidade Estadual de Maringá. Maringá, out. 2003

FERRAZ, Francisco César Alves. **Os brasileiros e a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2005.

FORNER, O, M, C; SILVA, M, A, R. **A mídia como arma de guerra na Segunda Guerra Mundial**. UFPB, 2017.

GAMBINI, Roberto. **O duplo jogo de Getúlio Vargas: influência americana e alemã no Estado Novo**. Editora Símbolo: São Paulo, 1977.

HENN, Leonardo Guedes. **Os correspondentes de guerra e a cobertura jornalística da segunda guerra mundial**. Revista Sociais e Humanas, Rio Grande do Sul, p. 670-686, 31 jul. 2012. Disponível em: . Acesso em: 16 ago. 2016.

HOLMAN, Valerie. **Carefully concealed connections: the ministry of information**

and British publishing. EUA: Johns Hopkins University Press, V. 08, p. 197-226, 2011.

JULLIARD, Jacques. A política. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. **História: novas abordagens**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976, p. 180-196.

JUNQUEIRA, Mary A. **Representações Políticas no Território Latino-Americano na Revista Seleções**. Revista Brasileira de História, São Paulo, V. 21, Nº 42, 2001, p. 323-342.

KERSHAW, Ian. **Hitler**. Tradução de Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

LARSON, Cedric A. **Publicity for national defense- how it Works**. Journalism Quaterly, V. 18, Ed. 03, p. 245-255, 1941.

LEÃO, Rogério do Espírito Santo. **Propaganda de guerra: um campo de batalha discursivo**. Tese, UFRN, Natal, 2015.

LIMA, Frederico Alexandre de Oliveira. **Soldados da borracha: das vivências do passado às lutas contemporâneas**. Dissertação (mestrado)- Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2013.

LIMA, H; SOUSA, J. P. O Espelho: infopropaganda britânica para Portugal e para o Brasil durante a I Guerra Mundial. In.: **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril de 2017.

LINS, Lindercy F. T de Souza. **Como vender o Brasil: os órgãos de Propaganda do Brasil nos EUA (30-45)**. XXVIII Simpósio Nacional de História, Florianópolis, jul/2015.

LOCASTRE, Aline Vanessa. **Projeção do Brasil para o pós- guerra: a 'boa vizinhança' estadunidense no Brasil segundo a revista 'Em Guarda' (1941- 1945)**. Londrina, 2012.

LOCHERY, Neil. **LISBOA: a guerra nas sombras da cidade luz**. Portugal, 2012.

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas**. 2 ed. Editora Contexto, 2006.

MACHADO JR, Claudio de Sá. **Percursos visuais do político: representação pública e performance fotográfica de Getúlio Vargas**. *L'Ordinaire des Amériques* [Online], 2015.

MACHADO JÚNIOR, Cláudio de Sá. Percursos visuais do político: representação pública e performance fotográfica de Getúlio Vargas. **Revista Open Edition**: online, 2015.

MARTINS, Ana Luiza. **Da Fantasia à História: folheando páginas revisteiras**. História, V.22, Nº.1 Franca, 2003

MAUAD, Ana Maria. Embrulhado para Presente? Fotografia, consumo e cultura visual no Brasil (1930-1960). **Domínios da Imagem**, Londrina, V. 1, nº 2, 2008, p.

27-36.

MITCHELL, J. M. **International Cultural Relations**. Routledge; 1ª Edição, 1986.

MORELLI, Anne. **Os princípios da propaganda de guerra aplicados à propaganda da OTAN durante a guerra contra a Iugoslávia**. Labor, Bruxelas, 2002.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana**. São Paulo: Brasiliense. 1985.

PALATE, Emmanuelle. **Propagande, mythes, et réalité**. Disponível em <https://www.provincedeliege.be/sites/default/files/media> acessado em 10 de nov. de 2019.

PANOZZO, NEIVA SENAIDE PETRY; RELI, ELIANA. **O periódico a Guerra Ilustrada e a memória visual da primeira guerra mundial 1914-18**. In: Congresso Nacional de História (ANPUH), n 01, 2019, RS, p. 1-15.

PASSETI, Gabriel. **Os britânicos e seu Império: debates e novos campos da historiografia do período vitoriano**. São Paulo: Revista História, V. 35, 2016.

PINHEIRO, Leticia. **A entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial**. Revista USP: São Paulo. p. 108-119, jun. a ago. 1995.

PONSONBY Arthur. **Falsehood in War-time- Propaganda Lies of the First World War**, Londres, Garland Publishing Company, 1928.

RAPOPORT, Mario. ¿ **Aliados o neutrales?** La Argentina frente a la Segunda guerra Mundial. Editoria Universitário de Buenos Aires, Argentina, 1988.

RAPOPORT, Mario. **Argentina y la segunda guerra mundial: mitos y realidades**. EIAL: Universidade de Buenos Aires, Argentina, V. 06, N. 01, 1995.

RAYNER, Jonathan. **The carer, the combatant and the clandestine: images of women in the first world war in War Illustrated magazine**. University of Sheffield, 2017.

RÉMOND, René (Org.) **Por uma história política**. 2ª Ed. Rio de Janeiro. Ed. FGV, 2003, p. 185- 212.

RODRIGUES, Fernando da Silva; FERRAZ, Francisco; PINTO, Surama Conde Sá (Orgs.) **História militar: novos caminhos e novas abordagens**. Jundiaí, Paco editorial: 2015

ROEDER Jr, GEORGE H. **A Guerra Censurada: Experiência Visual Americana Durante a Segunda Guerra Mundial**. Yale University Press, New Haven, 1993.

ROMAN, Edval. **Meios de comunicação como instrumento de dominação: a propaganda política de guerra**. São Paulo, 2004, p. 7-16.

SANTIAGO, Roberval S. **Cartoons e Propaganda Política**. Rev. Espacialidades

[online]. Paraiba, vol. 2, Nº. 1, 2009.

SANTOS, Heloisa Souza dos. **Jornalismo e fotojornalismo de guerra: a visão dos conflitos por mulheres jornalistas.** Revista iniciação científica Cesumar, São Paulo, - jul./dez. 2015, v. 17, n. 2, p. 251-262.

SARLO, B. "Intelectuales y revistas: razones de una práctica." In: **Le discours culturel dans les revues latino-américaines de 1940 à 1970**, América, Cahiers du CRICCAL. Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 1992.

SILVA, Ana Cristina Teodoro da. **Temporalidades em imagens de imprensa: capas de revista como signos de olhares contemporâneos.** Maringá: Eduem, 2011.

SILVA, Julio Cesar dos Santos. **A construção do Panamericanismo na revista Em Guarda: o olhar norte americano pela "defesa" das Américas (1941-1946).** Revista Patrimônio e Memória: UNESP, São Paulo, V. 05, N. 02, p. 222-250, dez. 2009.

SILVA, Zander Campos da. **Dicionário de marketing e propaganda.** São Paulo: Pallas, 1976.

SOARES, Tamires Xavier. **A Guerra no prato: uma breve análise sobre o problema do abastecimento de carne verde no Rio Grande do Sul durante a Segunda Guerra Mundial.** Revista Mundos do Trabalho, Florianópolis, V.11, p. 1-14, 2005.

SONDERN, Frederic Jr. Hitler namora a América do Sul. In: **Segunda Guerra Mundial- ultra secreto- Seleções do Reader's Digest.** Editora Ypiranga S.A, Rio de Janeiro, 1965, p. 149- 154.

SOUZA, Carlos Roberto de. **Para la defensa de las Americas: The Pictorial Magazine En Guardia in Nelson A. Rockefeller's Propaganda Campaign for Latin America during World War II.** Texas, 2011.

SOUZA, Renato Condi de. **A Revista Time em uma Perspectiva Multidimensional.** Tese, PUC-SP, 2012.

STEFFENS, A. C. A; ROSÁRIO, N; COCA, A. **Propaganda de Guerra na Inglaterra: Breve Análise de Cartazes entre 1939 e 1945.** ALCAR, 10º Encontro Nacional de História da Mídia, Porto Alegre, 3 a 5 de jul. 2015.

Tauil, Pedro; Deane, Leônidas; Sabroza, Paulo; Ribeiro, Cláudio. **A malária no Brasil.** *Cad. saúde pública* (online), 1985.

TELÓ, Antonio José. **Propaganda e guerra secreta em Portugal (1939-1945).** Editora Perspectivas e Realidades, Lisboa, 1990, 181 páginas.

TEODORO, Viviane. **Convenção de Genebra. Disponível em <https://escolaeducacao.com.br/convencao-de-genebra/>, acessado em 23 de setembro de 2020.**

TOTA, Antonio Pedro. **Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra Mundial.** São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

TOTA, Antonio Pedro. **O amigo americano-** Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo, Companhia das Letras, 2014.

VIEIRA, Lucas Schuab. A Imprensa como Fonte para a Pesquisa em História: Teoria e Método. São Paulo: BOCC, 2013.

WELCH, David. **Persuading the people.** The British Library, Londres, 2016.

ZICMAN, Reneé Barata. História através da imprensa: algumas considerações metodológicas. In: **História e historiográfica:** Contribuições ao debate, São Paulo, EDUC, 2012, p. 89-102.