

# O FILME REALISTA NA MISSÃO CINEGRÁFICA ÀS COLÓNIAS DE ÁFRICA

CONSIDERAÇÕES SOBRE A SUA IMPORTÂNCIA COMO PARADIGMA  
DO CINEMA DE PROPAGANDA NACIONAL POR ALTURA DO SEGUNDO  
CONFLITO MUNDIAL

Nelson Tondela

---

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação

Cinema e Televisão

realizada sob a orientação científica de José Manuel Costa

10.2010



## AGRADECIMENTOS

Quero começar esta obra por agradecer a quem, de uma ou outra forma, me auxiliou na caminhada que culmina na entrega deste ensaio. Não consigo esquecer o contributo que deram – para a materialização dos meus intentos – algumas pessoas que considero meus verdadeiros amigos e, acima de tudo, reconhecer o aconchego que eles me deram e que foi determinante para que pudesse superar este desafio, numa fase marcada pelo pior momento que recorro viver nos meus 39 anos de existência.

À minha mãe dedico uma nota muito pessoal, porque – para além do seu incansável apoio e motivação – a ela muito devo este meu gosto pelo cinema e alguma da minha perseverança. Já fez, com certeza, 30 anos depois da primeira vez que ela trocou o jornal de Domingo do Correio da Manhã pelos nossos bilhetes de cinema, iniciativa que possibilitava contornar a nossa precariedade económica e entrar nas grandes salas do Éden, do Condes, do Império, e do velho Monumental. Lá vi, ainda criança, grandes clássicos que marcaram a minha infância, e me despertaram para este universo das imagens em movimento. Bairrista e sob a alçada dos meus avós, muitas vezes faltei às aulas para assistir às sessões contínuas dos filmes “de Kung-Fu” num dos denominados “cinemas piolhos” – antiga sala do agora *Peep Show* do Rossio na Rua dos Sapateiros.

Em segundo lugar, devo a minha imensa gratidão a Isabel Cunha, amiga inestimável que conheço faz mais de 20 anos e me amparou, com colossal paciência, nas desventuras e infortúnios que vivi neste ano que ainda decorre. Em sua casa – que, incondicionalmente, sempre colocou à minha disposição – foram escritas metade das páginas deste ensaio.

Quero assinalar também a minha gratidão para com Nuno Ferreira e Célia Romão que, apesar de associas, são um casal que tanto estimo e para o qual olho como exemplo afortunado numa sociedade cada vez mais fracturada. Agradeço o vosso silêncio por um lado, e as advertências que a minha consciência nunca quis ouvir por outro.

De igual forma, não posso esquecer o apreço que tenho por Gracinda Leonardo, a quem invejo – no bom sentido – a serenidade com que enfrenta a vida. Agradeço o seu apoio em várias frentes mas, mais que isso, a sua equidade em tantas outras.

Expresso, também, o meu reconhecimento pela disponibilidade que o professor José Manuel Costa demonstrou quando solicitei o seu conhecimento e sabedoria, no sentido de orientar este trabalho.

Ao professor José de Matos-Cruz exponho a minha consideração. Agradeço-lhe a sua enorme simpatia e modéstia com que sempre me elucidou sobre assuntos de sua autoria, e não só.

Desejo registar aqui a disponibilidade mas, mais que isso, a amabilidade de todos os funcionários públicos que auxiliaram, de uma ou outra forma, na concretização deste trabalho. Nomeadamente Luís Gameiro do ANIM, e Joaquim Vá Com Deus, Maria de Jesus, e Maria do Sameiro da biblioteca da Cinemateca Portuguesa.

Por último, mas não menos importante, Sara Ferreira, a quem devo a minha renovada alegria de viver...

[ABSTRACT]

**O FILME REALISTA NA MISSÃO CINEGRÁFICA ÀS COLÓNIAS DE  
ÁFRICA**

CONSIDERAÇÕES SOBRE A SUA IMPORTÂNCIA COMO PARADIGMA DO  
CINEMA DE PROPAGANDA NACIONAL POR ALTURA DO SEGUNDO  
CONFLITO MUNDIAL

**Nelson Tondela**

PALAVRAS-CHAVE: António Lopes Ribeiro, António Ferro, Cinema, Missão Cinegráfica, Propaganda, Salazar.

Os filmes produzidos no âmbito da Missão Cinegráfica às colónias de África têm sido – à excepção do “Feitiço do Império” – completamente obliterados da literatura que se dedica à cinematografia portuguesa, não obstante o facto de serem, sem dúvida, o espelho paradigmático do investimento que o SPN fez no cinema de propaganda nacional.

Por essa razão, analisámos os filmes da Missão na tentativa de, por um lado, questionar a sua eficácia enquanto cinema “evangelizador”, enquanto por outro estabelecemos os inevitáveis paralelismos técnico-estilísticos com os modelos que lhes podem ter dado origem.

## ÍNDICE

Introdução.....	6
Preâmbulo .....	10
Capítulo I: O filme realista Inglês na Iª Grande Guerra.....	16
Ilacões sobre o capítulo I.....	23
Capítulo II: O filme realista Soviético.....	25
Ilacões sobre o capítulo II.....	35
Capítulo III: O filme realista Alemão na IIª Grande Guerra.....	38
Ilacões sobre o capítulo III .....	46
Capítulo IV: O filme realista Inglês na IIª Grande Guerra .....	49
Ilacões sobre o capítulo IV .....	58
Capítulo IV: O filme realista Português da Missão Cinegráfica.....	61
Conclusão .....	83
Bibliografia .....	92

## INTRODUÇÃO

“Mas que se faça uma política do Espírito, inteligente e constante, consolidando a descoberta, dando-lhe altura, significação e eternidade. Que não se olhe o espírito como uma fantasia, como uma ideia vaga, imponderável, mas como uma ideia definida, concreta, como uma presença necessária, como uma arma indispensável para o nosso ressurgimento. O Espírito, afinal, também é matéria, uma preciosa matéria, a matéria-prima da alma dos homens e da alma dos povos...”<sup>1</sup>

É o objectivo desta tese o de examinar os filmes produzidos no âmbito da Missão Cinegráfica às Colónias de África – levada a cabo a partir de 1938 e encabeçada por António Lopes Ribeiro e Paulo de Brito Aranha – num contexto reflexivo assente na ideologia política vigente na altura.

Torna-se, deste modo, necessário traçar a rota que deu origem a estes filmes para melhor podermos tirar ilações, não apenas sobre o seu propósito, mas sobretudo como esse propósito se confronta com os recursos técnico-estilísticos adoptados para lhes dar forma.

Tinha sido exactamente dez anos antes da Missão Cinegráfica de António Lopes Ribeiro e Paulo de Brito Aranha (decorria então o ano de 1928), que em Portugal se instaurava aquilo que veio mais tarde – em 1930 – a ser apelidado como Estado Novo. Segundo Salazar, esta nova ordem estabeleceria um “nacionalismo político, económico e social, (...) dominado pela soberania incontestável do Estado forte”<sup>2</sup> e, como consequência, tornava-se necessário desenvolver estratégias que legitimassem tal ideologia.

É sabido que, comumente, os estados totalitários aspiram ao controlo absoluto de todos os meios de comunicação de massas, no sentido de aparelhar os organismos do estado a veicular – da forma que mais lhe convém – a sua doutrina. Nesta esfera de acção, o regime Salazarista não constituiu excepção aos regimes de Hitler, Franco, ou Mussolini, e será no contexto desta nova ideologia que o jornalista António Ferro (um

---

<sup>1</sup> FERRO, António, Salazar. O homem e a sua obra, 3ª edição, pp. 275-276

<sup>2</sup> GEADA, Eduardo, O Cinema e o Fascismo

homem modernista que defendia que, numa lógica quase Goebbelsiana, a capacidade do Homem em se superar era conseguida pela via do “espírito”), publica, a 21 de Novembro de 1932 no jornal Diário de Notícias, o artigo “Política do Espírito”, e que não era mais que um agregado de ideias metodizadas numa teoria com o intento de realçar a relação entre a arte e a política, algo que alguém jamais tinha feito no país.

Nesse artigo, Ferro fazia referência a um artigo de Thomas Mann onde – sustentado pelos ideais do Comité dês Lettres et dês Arts da Sociedade das Nações – defendia a importância do papel das artes no desenvolvimento de uma nação.

Mais tarde, e com estes ideais em mente, António Ferro (sublinhando, por exemplo, que Primo de Rivera tinha falhado – por comparação a Mussolini – porque o primeiro nunca tomou a sério os intelectuais das artes, como os escritores e os pintores), leva Salazar a ponderar sobre a necessidade de abraçar as artes na sua estratégia política.

É no surgimento deste princípio que, depois da legitimação da nova constituição, se inicia a propaganda do regime e do seu líder com a criação, em 1932, do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), um organismo dependente da presidência do conselho e com Ferro na sua direcção, e que compreendeu desde cedo que tinha entre mãos – com o cinema – um meio artístico que oportunistamente manipulado, poderia doutrinar as massas de forma mais eficaz, e mais rápida, do que o teatro, a literatura (que considerava de percepção menos imediata), e a pintura. O cinema surgia, assim, como um complemento recreativo aos livros de leitura da escola primária às crianças a “lição de Salazar”.

O vanguardismo de António Ferro colidia, no entanto, com o tradicionalismo que Salazar promovia (e que veio, de certa forma, pontuar de modo singular o regime do Estado Novo, afastando-o do fascismo Alemão e Italiano), o que acaba por deixar pouco espaço para o desenvolvimento sumptuoso dos ideais de Ferro.

No caso particular do cinema, diz-se até que Salazar não tinha por ele grande admiração. Nas palavras de Bénard da Costa (em relação ao investimento no cinema como estratégia de propaganda)<sup>3</sup>, “Há uma reticência, uma reserva, talvez mais do próprio Salazar do que do António Ferro, em acreditar numa grande eficácia do cinema como instrumento de propaganda. É uma indústria muito cara e Salazar não gostava de cinema e exemplos que ele conheceria, alemães ou italianos, eram de filmes que não iam

---

<sup>3</sup> Em entrevista realizada em Agosto de 1999

com o feitio dele, que o deixavam razoavelmente frio. Mas sobretudo havia uma grande desconfiança da parte dele de que aquilo o pudesse ajudar em alguma coisa. O cinema não era uma coisa do tempo dele.”

O que parecia passar despercebido a Salazar, por contraste com outros dos líderes já mencionados, seria o facto de – logo a partir do seu nascimento – o cinema se apresentar como um meio de divulgação de fácil propagação<sup>4</sup> algo que António Ferro compreendera desde muito cedo e, sem dúvida, um dos pontos abonatórios para qualquer campanha de “evangelização” a cargo de um regime totalitário.

Por outro lado, há, no entanto, que considerar que problemas se colocam na análise da forma como um determinado tipo de cinema pode, ou não, estabelecer o seu propósito doutrinator, e se realmente existem formas concretas de avaliar a sua real influência nesse propósito. Na verdade, continuam – por exemplo – a existir discordâncias na forma como, tanto académicos como políticos, olham para o contributo que o cinema de propaganda deu durante a Segunda Grande Guerra. Estudos exaustivos sobre a influência e impacto que filmes americanos, como *Why We Fight*, tiveram na comunidade militar forneceram os primeiros dados empíricos sobre a suposta ineficácia dos mesmos, logo sobre a inutilidade do filme de propaganda que, naquele caso particular, apenas teria servido para revelar informação factual, não obstante o facto de se ter constatado que *Why We Fight* não produzira quaisquer efeitos na motivação dos americanos para servirem militarmente o seu país, o que – afinal de contas – era o seu principal objectivo.

No entanto (e se pensarmos a contra-corrente), podemos lembrar que Siegfried Kracauer defendeu que o cinema, seja ele documentário ou ficção, pode revelar a essência dos povos que nele são retratados. Ao analisarmos as suas premissas, os seus enredos e os seus personagens, os filmes podem servir como uma janela para se olhar o mundo que neles é representado, uma construção baseada em factores tão diversos que podem ir desde o consciente/inconsciente do Argumentista e/ou Realizador, até à própria conjectura socioeconómica que molda a “alma” de uma nação que se vê espelhada no grande ecrã. Na esfera particular do seu trabalho<sup>5</sup>, Siegfried Kracauer alicerçou as bases sobre as quais se edificam – hoje – as inúmeras teorias que se devotam

---

<sup>4</sup> Lembremo-nos, por exemplo, dos primeiros filmes levados a cabo pelos vários operadores Lumière espalhados pelos “quatro cantos do mundo”.

<sup>5</sup> From *Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*, Princeton University Press; revised edition, 2004

a relacionar o cinema e as sociedades que lhe dão origem, e é no âmbito desta correlação que se pretende dar corpo a este trabalho porque, afinal de contas, será que existe propaganda mais eficaz do que aquela onde o seu público alvo se revê?

Deixemo-nos, no entanto, de conjecturar por agora. A verdade é que, independentemente da sua eficácia (algo que se tentará – na medida do possível – verificar no decorrer deste ensaio), o SPN viu no cinema uma forma de “levantar a moral” da população portuguesa e, por isso, será significativo tentar perceber: Primeiro, o que levou o governo Português e, neste caso particular, um grupo de indivíduos a embarcar numa missão de propaganda desta grandiosidade e natureza. Porque assumia a propaganda um papel tão ilustre no regime Salazarista, e que objectivo(s) definia(m), afinal, aqueles que encabeçaram essa Missão? Segundo, de que forma esses objectivos se traduziram, ou se espelharam, nos filmes produzidos nesse âmbito? Que influência (nos produtos finais), tiveram os responsáveis que conduziram à produção desses filmes, e de que forma asseguraram eles que, quem os realizou, cumpria com os objectivos delineados à priori? Mais... Uma vez realizados, que medidas foram tomadas pelos intervenientes no processo para que os filmes chegassem ao público alvo que o regime queria “evangelizar”?

Já tivemos a oportunidade de referir, mesmo que de forma breve, a dicotomia existente entre o cinema – e o seu poder como veículo de propaganda – e as dificuldades que poderão advir do entendimento da sua real influência nesse campo em particular e é, sob esse pressuposto que se traça, desde já, a estrutura deste ensaio. Nele, não nos caberá, “apenas”, perceber se existem dados concretos sobre a forma como o público percepcionou os filmes efectuados no âmbito da missão mas, acima de tudo, perceber de que forma a sua qualidade cinematográfica (assim como a ambição daqueles que lhe deram corpo), se compara, ou foi inspirada por alguns dos “modelos” estrangeiros que puderam estar na origem de algumas das soluções técnico-estilísticas adoptadas pelos nossos cineastas, e de que feição essas soluções limitaram, ou não, a eficácia mobilizadora desses filmes de propaganda.

## PREÂMBULO

“A crise do ultimatum provocou uma chaga profunda na alma portuguesa, como se a Nação se encontrasse de repente à beira do abismo. Uns traduziam a dignidade ferida perante a brutal ameaça da Inglaterra, outros criticavam a fraqueza das instituições que não haviam sabido defender-se do vilipêndio imposto pela velha aliada. Ente o protesto sentimental da população e o grito de guerra como expressão do desagravo nacional, uma nova página de incertezas emergia na vida do País.”<sup>6</sup>

Na segunda metade do século XIX a indústria europeia estava cada vez mais sólida, o que acabou por se traduzir num significativo aumento da produção nos mais variados sectores, e no conseqüente crescimento económico dos países mais industrializados. Dessa conjuntura derivaram duas realidades distintas mas com um elo comum: se existia a necessidade de se procurarem novas fontes de matéria-prima que pudessem satisfazer as necessidades de uma produção massificada, mostrava-se igualmente necessário explorar novos mercados para o escoamento dessa produção. Crescia, assim, o interesse pelo continente africano por parte das grandes potências europeias deste período.

Quando D. Carlos subiu ao trono em 1889 fê-lo numa altura de grande convulsão política e social. Em Portugal reinava ainda uma visão amplamente colonial que, assentando num sentimento patriótico de perpetuação dos seus direitos históricos (os quais encontravam no espírito dos portugueses, e em 400 anos de conquistas a sua “raison d’être”), excitava a sede nacional por reclamar áreas cada vez maiores do continente africano, atitude que entrou em rota de colisão com a intenção dos britânicos em querer, por sua vez, assegurar um corredor que ligasse o Cairo à Cidade do Cabo. Avizinhava-se, por isso, um clima tumultuoso que viria, mais tarde, a desencadear o ultimatum inglês. A inquietação que se vivia entre Portugal e Inglaterra, sua aliada, e que advinha de questões que se prendiam com a soberania de alguns dos territórios africanos, fazia pender sobre a realeza nacional o fardo da constituição estratégica de uma defesa pacífica dos territórios ultramarinos que julgava, por direito, seus.

Com efeito, já as expedições constituídas em 1887 e 1888 por António Maria Cardoso, Vítor Córdon, Paiva de Andrade, e Serpa Pinto tinham servido esse propósito,

---

<sup>6</sup> SERRÃO, Joaquim Veríssimo, História de Portugal, 1890-1910, Editorial Verbo, 1986, VOL. XIII, pp. 9.

conduzindo à inclusão (ainda que não formalizada), de algumas regiões situadas na zona do Mapa Cor-de-Rosa<sup>7</sup> que ainda não se encontravam sob o controle político de Portugal. Mas fora exactamente a ocupação de Serpa Pinto no Chire e nas regiões habitadas pelos Macololos e os Machonas que desencadearam a ira dos britânicos, levando o cônsul inglês em Lisboa, Georges Glynn Petre, a apresentar ao ministério dos estrangeiros em Portugal uma intimação para a partida imediata dos portugueses que ocupavam aquelas regiões – um ultimatum – que acabou por ferir o orgulho nacional e motivar um sentimento de geral consternação e indignação na população portuguesa que conduziria, por fim, à crise mais dura que a monarquia viveu desde o movimento da Regeneração.

No entanto, e apesar da crise de confiança levantada pela “investida” inglesa, o período compreendido entre a última década do século XIX e a primeira do século XX foi bastante forte no que respeita às várias campanhas que foram levadas a cabo no sentido de assegurar a soberania portuguesa nos territórios que ocupava, principalmente em Angola e Moçambique. As campanhas da última fase da monarquia foram determinantes para provar a determinação do país em defender os seus territórios, e prevenir que eles caíssem sob os domínios inglês, alemão, ou belga.

“As campanhas de África foram menos de guerra do que de pacificação. A penetração no interior, que exploradores e militares haviam começado no terceiro quartel de Oitocentos, mostrara a verdadeira dimensão de Angola e Moçambique. A partir daí abriram-se estradas e povoações, por meio dos cursos hidrográficos que foram as grandes vias para a pacificação militar do território. As várias campanhas orientaram-se para o domínio das bacias fluviais, assegurando o sossego dos povos nativos que nos eram fiéis.”<sup>8</sup>

Constata-se, desta forma – e ao contrário do que defendem certos historiadores – que a ocupação portuguesa não era sustentada por uma guerra civil permanente, mas sim pela tentativa de “impor localmente direitos de soberania, com manifestos fins de

---

<sup>7</sup> Mapa Cor-de-Rosa foi o nome dado ao projecto português para unir Angola a Moçambique, apresentado no Congresso de Berlim de 1884 e que surge na mente de alguns políticos - Luciano Cordeiro, Pinheiro Chagas, Barros Gomes, entre outros – com a ideia de formar um vasto território na África Central a partir do litoral que dominávamos; ou seja, ligando os litorais de Angola e Moçambique. Este ambicioso plano aparece já numa convenção luso-francesa de 1886 e figura a cor-de-rosa, daí advindo o nome para a questão. (fonte Infopédia – Enciclopédia e Dicionário Porto Editora).

<sup>8</sup> REGO, António Silva, O Ultramar Português no Século XIX, Lisboa, 1969, pp. 259.

pacificação”<sup>9</sup>, mas não só...

Na realidade, a resposta da população continental portuguesa a essas missões expunham, de uma ou outra forma, o modo como Portugal era visto pelas demais potências europeias. Se, na metrópole, havia consciência do sacrifício daqueles que tinham servido no Ultramar, as suas proezas chegavam também aos ouvidos dos ingleses, dos belgas e dos alemães. O reforço geográfico nas colónias africanas, consagrado pela presença estratégica dos militares portugueses, serviu assim – e antes de mais – para dizer “ao mundo” que aquelas terras estavam sob domínio português e que, por isso, não deveriam ser ocupadas por qualquer outra nação. Era pois, uma estratégia de propaganda que usava o que de melhor tinha ao seu alcance (o “passa a palavra”), para fazer valer o seu propósito, a qual encontrou posteriormente na rádio um excelente aliado já que a The Wireless Telegraph & Signal Company (mais tarde apelidada de British Marconi), se ocupou – logo a partir de 1897 – de estabelecer comunicações entre as suas rádios costeiras e os seus navios que, ulteriormente, se encarregariam de “transportar” informações sobre o território até ao continente britânico. Curiosamente, o mesmo progresso tecnológico que precipitou as grandes potências europeias a ameaçar o domínio português em África servia agora o propósito nacional ao apoiar – ainda que sem essas pretensões – a disseminação de informação que assegurava a soberania portuguesa nos territórios de sua ocupação.

Dito isto, debrucemo-nos agora sobre o real propósito da Missão Cinegráfica às Colónias de África. Iniciada no final dos anos 30 do século XX e assumidamente alicerçada pela já mencionada Política do Espírito de António Ferro, chegaremos à conclusão que as primeiras missões de ocupação militar portuguesa em África têm, de facto, um denominador comum – e óbvio – com a missão Cinegráfica, pois a última não é, senão, uma revisitação daquilo que acontecera no final na última década do século XIX, e primeira do século XX: o estratégico posicionamento português em África no sentido de fazer valer a sua soberania naqueles territórios.

No entanto, o Estado Novo carecia também de cunhar, de forma viril, o seu governo para que pudesse gerir o país com a estabilidade necessária. É verdade que a crise do ultimatum nos finais da última década do século XIX já tinha passado por esta altura, mas pouco depois a monarquia viria a cair com a revolução de 5 de Outubro em

---

<sup>9</sup> Veja-se, a este propósito, a carta de Mouzinho de Albuquerque a Sua Alteza o Príncipe Real D. Luís de Bragança, ed. da Sociedade da Independência de Portugal, Lisboa, 1967.

1910. Portugal via assim a implantação da República que também não perduraria, arremessada pela revolução de 28 de Maio de 1926 que abriu caminho ao Estado Novo e, curiosamente ou não, tal como os Bolcheviques o tinham feito quando chegaram ao poder, também o governo português (principalmente pela mão de António Ferro), viu, no seio desta conjuntura atribulada, a necessidade de elevar a moral da população que se encontrava visivelmente desnorteada mercê da instabilidade dos sucessivos governos. E que estratégia – ou meios – pensou Ferro adoptar para o fazer?

Como já tivemos oportunidade de referir, essa estratégia incidiria sobre a importância que o papel das artes poderia vir a desempenhar no desenvolvimento da nação (tal como Ferro o defendera no Comité des Lettres et des Arts da Sociedade das Nações), e é, como também já se disse, no surgimento deste princípio que se cria o SPN com Ferro a defender o cinema como um meio artístico que, oportunamente manipulado, poderia doutrinar as massas de forma mais eficaz, e mais rápida, do que o teatro, a literatura e a pintura. Na verdade – e depois de tudo aquilo que já se escreveu – podemos mesmo assumir uma nova designação para o âmago daquilo que centralizava o sonho de Ferro na doutrinação da população portuguesa. É ela: uma ideologia que substitui uma estratégia geopolítica por um “imaginário virtual”. Um imaginário cinematográfico, com géneses bem definidas, capaz de reconstituir a grandeza nacional além-mar, ao mesmo tempo que exhibe a alguns milhares os feitos levados a cabo por outros tantos. E se é a forma – não descurando a problemática da eficácia – que assumiram essas reconstituições que nos interessa julgar ao longo das seguintes páginas, então teremos que forçosamente nos debruçar sobre aquilo que lhes deu origem, não só ao nível dos interesses estritamente políticos, mas também ao nível da sua génese; daquilo que fomentou a adopção de determinado tipo de discurso, ou linguagem desse “imaginário virtual” colocado em prática nos filmes da Missão Cinegráfica.

Perceber a origem desse imaginário – e estabelecer com ela as relações que nele poderemos encontrar (ou não) – revela-se deste modo assaz pertinente e, por isso mesmo, optou-se por estruturar este trabalho dando especial atenção ao período delimitado pelos dois grandes conflitos mundiais, passando obrigatoriamente pelo Bolchevismo. Se um dos elos comuns entre este último e a Missão já foi abordado anteriormente, o período demarcado pela segunda grande guerra estabelece uma óbvia relação temporal com os filmes produzidos na Missão Cinegráfica, enquanto que a primeira guerra mundial nos revelou, pela primeira vez, o filme de propaganda na sua maior expressão.

Mas primeiro, e em prol da clareza no âmbito dos objectivos do presente ensaio, considera-se necessário clarificar, desde já, a epistemologia de um termo que será amplamente empregue no seu decurso: propaganda.

A sua origem, apesar de bastante clara<sup>10</sup> encerra, em si, inúmeras variáveis, fruto de mutações que o seu significado sofreu com o tempo e que se reflecte na forma como ele se mostra cada vez menos preciso. Desde muito cedo a Sacra Congregatio ficou conhecida como “A Propaganda” e, como consequência, nos dois séculos que se seguiram o termo foi empregue para descrever acções evangelizadoras como aquela que lhe deu origem. No entanto, na primeira metade do século XIX, a conotação exclusivamente religiosa deu lugar ao seu uso corrente durante, e depois da Primeira Grande Guerra, o que contribuiu grandemente para a crescente indefinição do termo – por comparação com os ideais muito objectivos que lhe deram origem – e que, analogamente, também concorrera (por razões que derivaram, maioritariamente, desse período conturbado da História), para a conotação pejorativa que hoje lhe está associada.<sup>11</sup>

A este respeito, não é, de todo, de estranhar a forma como a palavra propaganda ganhou tal infâmia. A indefinição do termo começa, desde logo, por facilmente se poder relacionar com a indefinição da sua esfera de acção nos dias de hoje. Aquilo que, para alguém, pode ser a verdade num determinado contexto, não o será para outro. Aliás, como mais à frente teremos hipótese de constatar, o principal responsável pela frente propagandista do regime totalitário que se viveu em Portugal não esconde essa dualidade – verdade vs mentira – no que à propaganda diz respeito. Deste modo, mais importante do que relatar uma verdade ou uma mentira, é a forma como ambas são apresentadas, imiscuídas ou não, com o propósito único de influenciar algo ou alguém. Aquilo que determina uma acção de propaganda deixa de ser, assim, uma preocupação por evangelizar pela realidade, mas sim por promover algo a qualquer custo. Foi Terence Qualter que disse:

---

<sup>10</sup> Derivou de uma decisão do Papa Gregório XV, que em 1622 escreve o comunicado público “Inscrutabili Divinae” constituindo desta forma o “ Sacra Congregatio de Propaganda Fide” com o objectivo de reconquistar os crentes que a Igreja perdera com a reforma protestante (para explorar este assunto ver Peter guilday, “The Sacred Congregation de Propaganda Fide”, Catholic Historical Review, Vol. 6, N°4, Janeiro 1921, p.480).

<sup>11</sup> A este respeito ver Compact Edition of the Oxford English Dictionary, Vol. 2, Oxford, 1979, p. 2326, onde se cita o Brande’s Dictionary of Science de 1842. Ali, Propaganda é definida como “um termo conotado com associações secretas para a disseminação de opiniões e princípios que são vistos pela maioria dos governos com horror e aversão”.

“Qualquer acto de promoção pode ser considerado propaganda quando ele se torna parte de uma deliberada campanha para induzir uma reacção através da influência. Uma vez determinado que qualquer depoimento, livro, ou rumor, qualquer parada ou exibição, qualquer estátua ou monumento histórico, qualquer conquista científica ou estatística abstracta, seja verdade ou mentira, racional ou não na sua apresentação, são deliberadamente originados por uma política de alguém que pretende controlar ou alterar atitudes, então essa actividade passa a constituir parte de um acto de propaganda (...) Propaganda é a tentativa deliberada de uns poucos, em influenciar as atitudes e os comportamentos de muitos através da manipulação da comunicação simbólica.”<sup>12</sup>

É com base nos pressupostos enunciados até aqui que o termo será empregue nas restantes páginas deste ensaio, pois neles se baseará a análise do poder, ou não, do cinema de propaganda.

---

<sup>12</sup> QUALTER, Terence H., *Opinion Control in the Democracies*, London, 1985, p. 122

## CAPÍTULO I

### O FILME REALISTA INGLÊS NA Iª GRANDE GUERRA

Acredita-se que desde o início da Primeira Grande Guerra até à sua conclusão (quatro anos e meio depois), a maioria da população britânica abonava a favor da causa pro-guerra. Não alheio a este facto contribuía grandemente o sentimento instituído da Alemanha como bárbara opressora, e da conseqüente convicção popular britânica na edificação de uma resistência por sua parte.

Há que perceber, no entanto, que motivos contribuíram para a formação dessa imagem alemã junto do povo britânico já que, a centrarmo-nos apenas nas suas políticas e/ou acções, deixaria espaço para questionarmos que papel tiveram os restantes membros dos “Impérios Centrais” (Bulgária e os impérios Otomano e Austro-húngaro), que tomaram partido no mesmo conflito ao lado da Alemanha. Com efeito, uma questão pertinente poderá mesmo ser: Porque viam os britânicos a Alemanha como principal agressora se ao seu lado estavam outros impérios que consumavam, no seu todo, o mesmo número de militares que os alemães disponibilizavam para o conflito?

A resposta poderá, porventura, ser encontrada na forma como os alemães embarcaram, desde cedo – e com intenso entusiasmo – numa intensa logística de propaganda não oficial junto da imprensa nacional para criar, no inimigo, uma imagem de si que se queria onnipotente. Afinal de contas, instituir o medo no adversário foi, desde sempre, um excelente “cavalo de batalha” no bolso estratégico de qualquer império conquistador. A mente sobrepunha-se, aqui, à força bruta.

Dizemos porventura porque, apesar da moral da população britânica se rever na edificação de uma resistência, torna-se muito menos clara a real importância que a propaganda oficial Inglesa desempenhou na formação dessa atitude por parte da sua nação.

Foi durante a Primeira Grande Guerra que Herbert Henry Asquith, o então primeiro ministro liberal do Reino Unido, tomou medidas para estatuir uma organização que “informasse e influenciasse a opinião pública e provasse erróneas as declarações e os sofismas alemães”<sup>13</sup>, apesar de óbvio ser o facto de, por esta altura, já a opinião pública

---

<sup>13</sup> Public Record Office (PRO), CAB 41/35/48, Prime Minister to the King, 31 de Agosto 1914

britânica ser devota do esforço bélico no sentido de travar a ameaça germânica.

O que se constatava era o então reconhecimento, por parte do governo Britânico, da urgência em contrapor as práticas propagandistas alemãs porque, mesmo que – a princípio – a opinião pública inglesa não parecesse necessitar de qualquer intervenção no sentido da sua mobilização, o mesmo não parecia passar-se além fronteiras. No intuito de procurar aliados, ou seja, procurar persuadir não só as nações que pareciam querer assumir uma posição mais neutra perante o conflito mas também – e acima de tudo – os Estados Unidos da América, o Reino Unido deu, deste modo, um importante passo para a formação de um modelo pro-propaganda que, apesar das inúmeras mutações que sofreu desde o seu início até ao final da Segunda Grande Guerra, veio a ser extremamente importante na acepção que podemos retirar, não só das suas múltiplas iniciativas mas, talvez mais importante, como elas contribuíram para o desenrolar das estratégias propagandísticas dos seus adversários, assim como dos seus aliados.

A preocupação por parte do governo britânico em pretender influenciar outras nações a unirem-se no esforço comum de travar a escalada da guerra – pela ocupação Alemã de países seus vizinhos como a Bélgica, o Luxemburgo, e depois a França – pode ajudar a explicar a forma célere como a iniciativa de Asquith foi colocada em prática já que, em tempo de guerra, a propaganda britânica revelava-se, assim, como uma extensão da diplomacia pro-pacifista. No entanto, a maioria dos estadistas via com desdém a necessidade de um projecto de propaganda oficial, e foi, talvez por isso, que a chefia do governo incumbiu Charles Masterman de instituir, na Wellington House, uma organização secreta que se ocupasse de elaborar as estratégias propagandísticas mais convenientes para o governo de sua majestade George V.

A visão radical de Masterman, que avocava o secretismo como única forma de sucesso para uma estratégia propagandista (ele proferira que a manipulação de um determinado público alvo apenas surtiria efeito se este não tivesse conhecimento da sua proveniência), apenas se viu ligeiramente reformada em 1917 pela substituição da sua organização pelo Department of Information que, apesar de reconhecidamente com um cariz mais público, continuava a manter o escrutínio popular sob rédea curta. Foi apenas quando o DoI foi substituído pelo MoI (Ministry of Information) – em Março de 1918 – que a propaganda britânica assumiu o seu perfil mais público, sem no entanto se esquecer completamente dos ideais que Masterman defendeu desde o início. Aliás, foi mesmo o líder do MoI, Lord Beaverbrook, quem disse: “a maior parte da propaganda

deve ser conduzida de maneira furtiva, não oficial, e sem qualquer exalto”<sup>14</sup>

Apesar de o cinema ser, em 1914, um fenómeno relativamente recente, ele tinha já conquistado uma posição confortável junto de uma variada camada popular em muitos cantos do mundo, ao qual a Grã-Bretanha não foi excepção. A importância que a justaposição de imagens, ou planos, tem para o entendimento de determinada sequência, uma descoberta de Edwin Stanton Porter no início do século XX que os soviéticos irão exacerbar vinte anos depois, permitiu – nas palavras de Walter Murch – “que o cinema, assim como a aviação, levantasse voo” e deslindasse novos mundos. É o nascimento de uma linguagem fantasiosa que já não resiste ao quadro mais teatral de Méliès. É o desbravar do imaginário de alguns para muitos. É a invenção daquele que veio a ser, pouco tempo depois, o maior fenómeno escapista de uma sociedade à beira da eclosão de uma guerra à escala global. Uma alternativa à dura realidade que a maioria vivia. Por essa razão, percebemos facilmente como o cinema conseguiu rapidamente estabelecer um ponto de identificação com as camadas mais populares de várias nações, o que também contribuiu para o seu enorme sucesso em dois dos períodos mais conturbados da História do século XX, as duas grandes guerras. Com efeito, as populações que viviam directamente as consequências da guerra constataram que eram poucas as alternativas ao cinema. Ele providenciava, de maneira fácil e conveniente, uma forma de descontração que as pessoas não reviam em nenhuma outra actividade. Desta forma, não será de estranhar que alguns governos embarcassem na aventura da propaganda através do cinema dado que, se a ambição passava por influenciar a opinião pública, seja localmente ou não, ele parecia o meio ideal para chegar a essas audiências.

Não é, de todo, relevante para este ensaio o estudo cronológico dos filmes que se produziram no contexto da propaganda oficial (até porque esse seria um trabalho incomensurável), mas será importante referir aquele que foi o primeiro filme de propaganda oficial a chegar às salas de cinema. Estávamos a 29 de Dezembro de 1915 quando se estreou, no London’s Empire Music Hall, *Britain Prepared*, uma produção da Welligton House então sobre a chefia de Charles Masterman.

Considera-se necessário fazer referência a este filme para que possamos reflectir sobre as razões que pareceram conduzir à manifestação, pela primeira vez, de um cinema de propaganda oficial, decorriam já quinze meses depois de iniciado o conflito com a

---

<sup>14</sup> PRO, INF 4/5, *The Organization and Functions of the Ministry of Information*, Setembro 1918, p. 79.

invasão da Bélgica por parte da Alemanha. Até porque, as razões que sustentam esse facto assentam no pressuposto – já enunciado no capítulo introdutório – que delineiam os casos de estudo deste ensaio. Parece haver, pois, um óbvio paralelismo na forma como se pretendem analisar os filmes da Missão Cinegráfica e a causa para a “tardia” exibição de *Britain Prepared* que, afinal de contas, pode expressar-se na combinação de dois fenómenos: Por um lado, a questão da forma. Por outro, os meios que foram utilizados para a sua produção e distribuição.

A questão da forma inerente ao filme de propaganda oficial nasce de uma convicção comum mas paradoxal. Tanto o governo, pela mão de Charles Masterman, como os grandes empresários do comércio cinematográfico acreditavam que a propaganda oficial teria de ser feita com recurso a filmes factuais – realistas – ou seja, que retratassem a verdade actual sobre os acontecimentos. Idealmente, esses filmes seriam rodados na “linha de combate” de modo a registar todo o drama e efervescência da acção. Se tal não se demonstrasse possível, então tornar-se-ia necessário recorrer à rodagem das tropas nos seus treinos habituais, na logística de abastecimento e manutenção do exército, nas labutas que a guerra exigia do povo britânico, etc. As imagens teriam, acima de tudo, de ser realistas. Nas palavras de Sir George Barclay: “Verdadeiros filmes de guerra, ao contrário de falsos dramas de guerra”<sup>15</sup>. A concreta insistência sob a forma deste novo tipo de cinema pode achar justificação no modo como o governo percebera como as audiências receberam, cépticas, esses “falsos dramas de guerra”, nomeadamente aqueles que diziam respeito à guerra entre a Grã-Bretanha e as duas repúblicas independentes Boer. Desta forma, os novos filmes teriam de ser capazes de demonstrar a autenticidade da sua dupla proveniência. A factualidade dos registos por outro lado. Por outro, a incumbência do seu registo por um órgão estatal.

Quanto a este aspecto, grande ênfase foi colocada no seu carácter oficial aquando da sua divulgação contribuindo, assim, para diferenciar o filme de propaganda de qualquer outra forma de propaganda oficial, o que também acabou por contribuir para a exploração comercial dos filmes. Numa população faminta por notícias sobre a frente de batalha que se iniciara fazia já mais de um ano, existiam razões para esperar que imagens reais do conflito se tornassem num verdadeiro êxito de bilheteira, e *Britain Prepared* não só é um exemplo paradigmático disso, como também da evidente convergência entre ambos os objectivos: Políticos e comerciais. Ambos os sectores ficaram amplamente

---

<sup>15</sup> PRO, FO371/2573/127947, Sir George Barclay to the Foreign Office, 24 de Agosto 1915.

satisfeitos com o sucesso do filme, o que depois acabou por ser constatado no Manchester Guardian de 30 de Dezembro onde se lia que aquela exibição demonstrara que o cinema era muito mais que “mero entretenimento... E a sua importância irá aumentar com o tempo. A imagem em movimento é a nova linguagem universal.”<sup>16</sup>

O elevado número de audiências e a sua óbvia satisfação, a par das excelentes críticas modelaram, quase naturalmente, os filmes que se seguiram a *Britain Prepared* mas, ao contrário deste, das vinte e sete curtas-metragens que se produziram até Agosto de 1916 apenas duas foram vistas com algum entusiasmo. Na raiz deste problema estava uma questão de fundo: Enquanto que *Britain Prepared* nunca teve a veleidade de ser mais que um registo de uma Inglaterra que se preparava para a guerra, já dos que lhe advieram se tinham outras expectativas. Com efeito – e apesar de nada ter sido prometido nesse sentido – os espectadores esperavam ver imagens registadas no campo de batalha, algo que não aconteceu não só devido às limitações técnicas do equipamento, como também à adopção de uma boa dose de prudência por parte dos oficiais que supervisionavam o trabalho dos operadores de câmara no terreno. Assim, ao invés de exuberantes sequências de guerra, os filmes registavam as mais comuns e “mundanas” actividades da organização militar.

Para o estudo do cinema de propaganda e dos seus possíveis efeitos “evangelizadores”, os filmes produzidos na Frente Ocidental na primeira metade de 1916 revelam-se como o primeiro indicador da ineficácia deste tipo de cinema, mesmo quando ele é produzido num clima favorável, como aliás era o caso.

Nessa conjuntura, um filme veio alterar, radicalmente, a recente percepção sobre a importância do filme de propaganda como influenciador de massas. Que não só conseguiu cativar o imaginário popular, como inaugurou um período de estrondoso sucesso para o cinema de propaganda oficial. Foi ele, *Battle of the Somme*.

O seu sucesso deve-se, maioritariamente, a dois fenómenos. Primeiro, o facto de ele ser o primeiro a mostrar imagens factuais do bombardeamento na zona do Vale do Soma, e segundo porque, desde o início da sua rodagem (a 25 de Junho de 1916), até à sua exibição pública a 21 de Agosto passaram-se menos de dois meses, o que contribuiu grandemente para enraizar, nos espectadores, uma sensação de plena proximidade entre os acontecimentos que estavam a presenciar e o seu registo.

---

<sup>16</sup> Manchester Guardian, 30 de Dezembro 1915, p. 4.

No prolongamento do sucesso de *Battle of the Somme* os propagandistas pensaram, uma vez mais, que seria fácil alcançar o mesmo tipo de êxito se aplicassem a mesma fórmula em futuras produções, o que acabou por acontecer em Janeiro de 1917 com *Battle of the Ancre and the Advance of the Tanks*. O filme, que detinha até uma vantagem por comparação com *Battle of the Somme* – no sentido em que mostrava extensas sequências do novo tanque de guerra Inglês e que assumia, quase, o papel de protagonista – foi um estrondoso sucesso de bilheteira tendo sido mostrado, não apenas em Inglaterra, mas a mais quarenta países no estrangeiro. No entanto, e com a continuada insistência na mesma forma por parte dos propagandistas, o panorama do seu cinema viria a alterar-se de novo. Com a exibição, em Junho de 1917, de *The German Retreat and the Battle of the Arras* tornou-se claro que o público já não demonstrava o mesmo interesse de outrora por este modelo fílmico. Nas palavras de Max Aitken, Lorde de Beaverbrook, presidente do comité responsável pela produção dos filmes na frente de batalha, mostrava-se necessária uma nova estratégia, já que “o estilo actual dos filmes que se produzem já está gasto.”<sup>17</sup>

Nessa sequência foram tomadas medidas radicais que culminaram na cessação do filme de propaganda de longa-metragem, introduzindo-se as actualidades registadas na frente de batalha no – já estabelecido – jornal de propaganda oficial. Essas medidas resultaram numa mudança formal significativa. Longe de abandonar o credo pelo filme factual, os cineastas optavam agora por montar os seus filmes assentes numa selecção mais criteriosa do conteúdo que era registado, assim como também começavam a debruçar mais atenção à forma como eles eram apresentados. Porém, na prática, nada daquilo parecera fazer efeito para restituir o sucesso que o filme de propaganda tivera em 1916. Aliás, nada faria prever aquilo que se viria a constatar no início de 1918 quando as audiências do jornal de propaganda começaram finalmente a crescer, devido, em grande parte, ao progressivo abandono das actualidades de guerra e consequente aproximação a uma outra política editorial, mais preocupada com outro tipo de interesses como o desporto, só para citar um exemplo, o que, em última análise, concorreu para o necessário reconhecimento que seria altura de mudar. De adoptar novas estratégias na frente propagandista se realmente se quisesse fazer chegar a sua mensagem – ou doutrina – ao público Britânico. Foi com essa atitude em mente que se percebeu a necessidade de comunicar com novas audiências, aquelas que não frequentavam as salas de cinema e,

---

<sup>17</sup> House of Lords Record Office (HLRO), Beaverbrook Papers, Series E, Vol. 14, File “Cinema General May 1917 3-2”, Beaverbrook to Hutton Wilson, 8 de Maio 1917.

afinal de contas, essa era a grande maioria da população. Foi assim que em Fevereiro de 1918 os propagandistas lançaram a sua primeira tournée “Cinemotor”. A ideia era simples: Se a população não ia ao cinema... Então ia o cinema à população. Munidos de um camião com projector, os propagandistas visitavam várias populações e, nas praças centrais, montavam um ecrã com cerca de oito metros onde projectavam, sem qualquer custo para quem quisesse assistir, um filme todas as noites.

“Tiveram lugar duas grandes tournées, a primeira de Abril a Maio, com dez Cinemotores a percorrer 68 distritos, e uma segunda que decorreu entre Setembro e Outubro, onde 20 Cinemotores visitaram 72 distritos. As audiências variaram entre os 350 e os 15000 espectadores e um relatório efectuado sobre essas audiências sugere que foram registados uma média de 163000 espectadores por semana nas referidas tournées.”<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> REEVES, Nicholas: Film Propaganda and its Audience: The Example of Britain's Official Films during the First World War *Journal of Contemporary History* 1983

## ILAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO I

Como se constatou, o cinema foi desde cedo um meio de comunicação bastante valorizado pelos governos para a difusão das suas ideologias mercê, sobretudo, do seu posicionamento como fenómeno escapista por excelência. No entanto – e tendo em consideração a relação de proximidade que já se estabelecera, por esta altura, entre o público e o cinema – foi o filme oficial de propaganda britânico realmente eficaz durante a primeira grande guerra?

Para responder a esta questão há que recordar a importante relação que se verificou na forma como a opinião reagiu cronologicamente aos filmes de propaganda. Na verdade, nenhum filme foi estreado nos primeiros meses do conflito quando a população vivia um sentimento de grande empenhamento no esforço a favor da guerra. Para isso, muito contribuiu o facto de, tanto o governo como os grandes empresários do comércio cinematográfico, acreditarem que a propaganda oficial teria de ser feita com recurso a filmes realistas que julgavam – pela sua natureza factual – não só ter maior impacto na população como, por isso mesmo, obter estrondosos sucessos de bilheteira. Assim, nos longos meses que anteciparam a estreia do primeiro filme de propaganda oficial – *Britain Prepared* – em Dezembro de 1915, não só estava concluído o acordo que reunia o consenso do governo, dos cineastas, e do comércio cinematográfico, como a população ainda se encontrava bastante motivada na luta contra os Impérios Centrais.

Neste clima favorável para o cinema de propaganda imiscuído numa conjuntura em que o público britânico ansiava por imagens factuais, estranho seria se os seus primeiros filmes não fossem bem sucedidos mas, curiosamente, foi exactamente isso que veio a acontecer pois, exceptuando *Britain Prepared*, os filmes da Frente Ocidental exibidos nos seguintes seis meses foram incapazes de sustentar o sucesso daquele, resultado esse que adveio de dois factores determinantes: primeiro, numa altura em que o público esperava ver imagens da frente de batalha, assim como a influencia que os oficiais que os supervisionavam exerciam no processo de rodagem, fez com que viesse a existir pouco material filmado que correspondesse às expectativas do público. Segundo, porque as limitações técnicas que os operadores enfrentavam, assim como o inadequado sistema de distribuição não permitiu que os filmes fossem visionados pouco depois de serem rodados e, deste modo, aquilo que poderia ser uma novidade em primeira mão acabava, muitas vezes, por ser uma celebração à posteriori dos feitos obtidos pelos

militares britânicos. Constatase, assim, que mesmo num clima favorável o filme de propaganda pode não resultar.

A situação mudou, no entanto, com *Battle of the Somme* (sem dúvida o filme mais popular da propaganda britânica durante a primeira grande guerra), que, contrariando aquilo que tinha motivado o insucesso dos filmes que o antecederam, iniciou um período mais positivo para o cinema de propaganda oficial conseguindo dar à população uma visão sensorial daquilo que lá se passava. Imagens que outrora poderiam ter servido para evidenciar os horrores da guerra, ajudaram a confirmar as convicções já existentes na população da justa entrada inglesa no conflito. Mas por razões diversas o cinema de propaganda apenas preencheu aproximadamente um quarto do período compreendido entre 1914 e 1918, um facto nada animador se queremos acreditar no cinema como um meio de propaganda eficaz, e que nos leva a crer que a opinião pública britânica terá sido bastante mais influenciada pela experiência pessoal que cada cidadão tirava do contacto directo com a sua envolvente nesse período, do que propriamente através do filme de propaganda. Os últimos meses da guerra (com a ameaça da vitória alemã sobre os ingleses), e as drásticas medidas do governo para fazer frente às iniquidades acrescidas pelo conflito foram capazes de conseguir aquilo que o cinema nunca conseguiu: dissipar o desespero e unir uma nação em prol de uma vitória a qualquer custo.

## CAPÍTULO II

### O FILME REALISTA SOVIÉTICO

Enquanto que o cinema de propaganda na Grã-Bretanha se quis camuflar perante a sua audiência (era manifesta a forma como continuava obscuro o papel que o governo desempenhara no âmbito da propaganda na primeira metade da Primeira Grande Guerra), já o regime Bolchevique – que se estabelecera na Rússia depois do golpe de estado de 1917 – não teve quaisquer pretensões em esconder do povo as suas acções propagandistas.

O Narkompros<sup>19</sup> foi constituído, logo à nascença, com o propósito de educar e propagandear, o que na verdade fazia sentido na política Bolchevique já que, para estes, educação e propaganda eram unas. Duas faces de uma mesma moeda que tinha como objectivo principal o “esclarecimento” do povo, algo que consideravam tarefa basilar na sua política revolucionária que, sustentada por Lenine, defendia a formação de uma consciência revolucionária popular induzida a partir do exterior, já que – sós – as pessoas somente estariam aptas a desenvolver uma consciência burguesa com o intuito de conseguir melhores condições de trabalho, melhores salários, e outros objectivos afins.<sup>20</sup> Dessa forma, os Bolcheviques acreditavam que a indispensável consciência revolucionária apenas seria obtida, se o povo tivesse perfeita noção de estar a ser “conduzido” por uma liderança com a inteligência necessária capaz de desenvolver uma apurada análise da verdadeira natureza do capitalismo que, por sua vez – e depois de rigorosas observações – as conclusões dessa análise seriam traduzidas em ideias simples. Ideias essas que, posteriormente, seriam expostas ao povo através da propaganda.

Lenine expressou esta estratégia no seu ensaio de 1902 “Chto delat?”, e nos anos que se seguiram os seus “discípulos” tentaram colocá-la em prática ainda no contexto do regime czarista de Nicholas II, sendo que, até ao início da Primeira Grande Guerra, o seu efeito tenha sido praticamente nulo. No entanto, o conflito veio provocar profundas alterações na sociedade Russa, o que acelerou rapidamente o progresso da frente Bolchevique. Se antes de 1914 os membros do partido não chegavam, sequer, aos 10000, já em Fevereiro de 1917 (aquando da renúncia ao trono por parte de Nicholas II), excediam os 20000, ascendendo a mais de um quarto de milhar poucos meses depois.

---

<sup>19</sup> acrónimo para Narodnyi kommissariat po prosveshcheniyu (People Commissariat for Enlightenment)

<sup>20</sup> a este respeito ver S. V. UTECHIN, Patricia, V. I. Lenin, What Is To Be Done? Manchester, 1970

Em Novembro, os Bolcheviques tinham sido já capazes de mobilizar a fantástica soma de dez milhões de votos para a eleição da Assembleia de Constituintes, organizada apenas poucas semanas depois da sua tomada de poder em Outubro do mesmo ano.<sup>21</sup>

Para a causa Bolchevique muito contribuiu os planos propagandísticos que começaram a ser desenhados por Lenine 15 anos antes e, por muito importante que essa estratégia tenha sido nesse período específico, ela ganhou ainda mais importância quando os Bolcheviques assumiram o poder pela forma prematura como tal acontecera. Comprovava-se, com a Primeira Grande Guerra, a importância de conquistar o povo pela paixão ao contrário de o fazer pela razão e, aí, os Bolcheviques perceberam de imediato as possibilidades que a propaganda lhes fornecia nesse domínio. Mais, enquanto a sua vitória militar sobre o regime precedente lhes assegurou uma posição bastante mais confortável, a guerra civil russa (1917-1923), deixou na população profundas cicatrizes da evidente repulsa de muitos pelo novo poder instituído, e se já sobrevinham algumas dúvidas sobre a sustentabilidade do Bolchevismo, então elas ainda se exacerbaram aquando da morte de Lenine em 1924. Neste conturbado contexto, os Bolcheviques perceberam que as piruetas no tecido político-social dos seus primeiros sete anos de governação alimentavam uma indesejável instabilidade que teria, obrigatoriamente, de ser colmatada, e foram essas as principais razões que os levaram a fazer da propaganda a sua grande prioridade. Para eles, a gigantesca tarefa da transformação ideológica do seu povo assentava no princípio de que a educação teria de servir um propósito político e, nesse sentido, a propaganda seria a melhor forma de o conseguir. Para provar este raciocínio, nada melhor que citar o próprio Lenine:

“ Enquanto existir algo como a iliteracia neste país, será muito difícil falar de educação política... Os iletrados estão fora da esfera política. Primeiro é necessário ensinar-lhes o alfabeto. Sem ele existirão apenas rumores e contos de fadas, e não a política.”<sup>22</sup>

A afirmação do estadista deixa claras as razões pelas quais seria tão importante para o seu povo alcançar a literacia universal. A educação convertia-se, dessa forma, numa subsidiária política ao mesmo tempo que se desfigurava numa arma de guerra para a transformação das crenças e ideologias dos cidadãos nessa nova sociedade. Por outras

---

<sup>21</sup> A este propósito consultar FITZPATRICK, Sheila, *The Russian Revolution 1917-1932*, Oxford, 1982, pp. 45-46

<sup>22</sup> Lenine, citado por KENEZ, Peter, *The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization*, Cambridge, 1985, p.72

palavras: Educação era uma nova forma de propaganda. Chega-se assim à conclusão que a propaganda Bolchevique lhes foi igualmente importante quer na luta pelo poder, quer uma vez no poder. Talvez por isso Peter Kenez tenha definido a União Soviética como “O Estado da Propaganda”<sup>23</sup> na sua primeira década de existência.

Apesar da economia soviética ter passado por um período de recessão nos anos que antecederam a revolução Bolchevique, o cinema estabeleceu-se facilmente como a principal forma de entretenimento popular nos principais centros populacionais num mercado que, de início, vivia assente na importação de filmes estrangeiros que ocupavam a grande maioria das projecções. A partir de 1908 assiste-se, no entanto, a um aumento significativo da produção nacional, demonstrando que estavam preparados para competir com as produções que chegavam de outros países. Assim, em 1916 o cinema estrangeiro representava apenas vinte por cento do total de exhibições públicas.<sup>24</sup>

A revolução de Fevereiro não abalou a produção nacional, e daí até à revolução de Outubro foram produzidos, qualquer coisa como, 245 filmes (sobretudo curtas-metragens), que visavam, na sua maioria, o sentimento anti-monárquico que se vivia na altura. Continuavam-se a aplicar as fórmulas que tinham já obtido sucesso no passado, e que se traduziam na manifestação dos habituais melodramas. Mas foi exactamente neste período que Yakov Protazanov realizou *Otets Sergiy* que, nas palavras de Kenez é a “coroa do cinema Russo pré-revolucionário, e um dos mais brilhantes filmes mudos de sempre”,<sup>25</sup> tendo sido o seu sucesso comercial um dos principais propulsores da formulação de uma visão pro-cinema por parte do novo regime, e de como ele poderia desempenhar um papel predominante nas tarefas revolucionárias que os Bolcheviques avizinhavam. Constatava-se o grande interesse dos soviéticos pelo cinema como arma de propaganda, e a atestá-lo estão as palavras que Lenine disse ao presidente do Narkompros, Anatoli Lunacharsky: “Entre os nossos és reconhecido como um patrono das artes, portanto lembra-te que de todas as artes, a mais importante para nós é o cinema”.<sup>26</sup> Este interesse pelo cinema era partilhado, aliás, pela maioria dos restantes chefes Bolchevistas, atestado pelas palavras que Lev Trotsky escrevera no Pravda a 12 de Julho de 1923 onde se lia:

---

<sup>23</sup> KENEZ, Peter in *The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization*, Cambridge, 1985, p.8

<sup>24</sup> Paolo Cherchi Usai, Lorenzo Codelli, Carlo Montanaro e David Robison com Yuri Tsivian, *Silent Witnesses: Russian Films, 1908-1919*, Pordenone and London, 1989.

<sup>25</sup> KENEZ, Peter, *Cinema and Soviet Society, 1917-1953*, Cambridge, 1992, pp. 24

<sup>26</sup> Citado por TAYLOR, Richard (editor e tradutor), e CHRISTIE, Ian (co-editor), *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.57

“Esta arma que pede para ser usada é o melhor instrumento de propaganda técnica, educativa, e industrial. Propaganda contra o álcool, propaganda higiênica, propaganda política, qualquer tipo de propaganda que seja. Uma propaganda acessível a todos, que é atractiva, que facilmente reside na memória, e ainda pode ser uma possível fonte de rendimento (...) O cinema diverte, educa, as suas imagens apelam ao imaginário e libertam-nos da necessidade de entrar na igreja. Não apenas o cinema é o grande opositor das casas de prostituição, mas também da Igreja. Aqui está um instrumento que temos de assegurar a todo o custo.”<sup>27</sup>

Foi, sem dúvida, a capacidade do cinema em entreter e educar que fez dele uma arma tão válida na visão de Trotsky, mas o cinema tinha ainda muitos outros atributos para oferecer, e foi Leonid Andreyev quem primeiro chamou a atenção para essas qualidades:

“O milagroso cinema!... Que mais se pode comparar com ele: a aviação, o telégrafo e o telefone, mesmo a própria imprensa? É portátil e pode ser transportado numa caixa: é enviado através do correio para todo o mundo como se de um jornal se tratasse. Sendo mudo, e igualmente inteligível à população de São Petersburgo assim como aos selvagens de Calcutá, ele é o génio da comunicação internacional.”<sup>28</sup>

Leonid identificou três pontos chave na sua afirmação. Primeiro, o cinema como meio tecnológico, o que o tornava extremamente atractivo ao público em geral. Os Bolcheviques acreditavam que a consciência revolucionária do seu povo apenas poderia ser construída assente na mais moderna tecnologia industrial, e o cinema assumia-se como um dos paradigmas do moderno progresso tecnológico onde, a vontade de levar o cinema às populações mais rurais se constituía – ele mesmo – num acto propagandístico.

Segundo, o cinema era portátil. Os filmes podiam ser difundidos por todo o mundo devido, em grande parte, à facilidade com que poderiam ser reproduzidos. Esta era uma qualidade extremamente importante para os Bolcheviques, já que a extensa população soviética (que ascendia a mais de 140 milhões no final da guerra civil), estendia-se por 22 milhões de metros quadrados de território. Assim, e apesar dos esforços das instituições governamentais em fazer chegar o cinema às populações mais

---

<sup>27</sup> Lev, *Vodka, The church and the Cinema*, Pravda, 12 Julho 1923. Citado por TAYLOR, Richard (editor e tradutor), e CHRISTIE, Ian (co-editor), *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.95-97.

<sup>28</sup> ANDREYEV, Leonid, *First Letter on Theatre*, Citado por TAYLOR, Richard e CHRISTIE, Ian, *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.30-31.

urbanas, era a mobilidade e a capacidade da reprodutibilidade da tecnologia que permitia a difusão da produção soviética junto da vasta população rural. No entanto, talvez a mais importante referência que Leonid fizera fora a capacidade do cinema em ser igualmente inteligível por todos, o que se revelava de extrema utilidade no confronto da enorme diversidade linguística e cultural da população soviética que os Bolcheviques teriam de enfrentar na doutrinação da sua nação. O cinema assumia-se assim como a solução perfeita, tal como se constatava na paradigmática afirmação que se lia no *Jornal Pskovkii Nabat*, “O cinema é o único livro que os iletrados conseguem ler”.<sup>29</sup>

É pois natural que o cinema tenha sido escolhido pelos Bolcheviques como o meio privilegiado para a veiculação da sua propaganda. Moderna, prática, capaz de romper barreiras culturais e linguísticas que heterogeneizavam a sua população. Mas se a revolução de Fevereiro de 1917 não tinha enfraquecido a produção nacional, o mesmo já não se pode dizer da guerra civil russa (1917-1923), a qual desencadeou a falta de diversos recursos para a produção de novos filmes. Pela altura do término da guerra civil, a produção soviética tinha quase estagnado, e o número de cinemas no activo tinha decrescido dramaticamente. De um total de 143 cinemas moscovitas existentes no período que antecedeu a guerra civil, nem um se encontrava aberto no Outono de 1921.<sup>30</sup> Por causa disso, os Bolcheviques decidiram-se, a 27 de Agosto de 1919, pela nacionalização da indústria cinematográfica sob a alçada de uma nova organização, a V.F.K.O. que iria coordenar todas as actividades cinematográficas, ao mesmo tempo que assumia a responsabilidade pela futura nacionalização de todas as instituições cinematográficas privadas. Mas a resposta Bolchevique à crise instalada pela guerra civil seria ainda mais revolucionária, com a proposta de Vladimir Gardin (director do departamento de Ficção na V.F.K.O.), em criar dez escolas públicas de cinema, cada uma com mil estudantes, no sentido de criar um exército de realizadores, como atestou Lunacharsky:

“Precisamos de trabalhadores que estejam livres dos hábitos sedutores da velha burguesia empresarial, e prontos para elevar o cinema a um nível artístico e sociopolítico que esteja de acordo com o proletariado, especialmente neste período conturbado.”<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> *Pskovskii Nabat*, 3 de Julho de 1924, Citado por TAYLOR, Richard, e CHRISTIE, Ian, *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.87.

<sup>30</sup> KENEZ, Peter, *Cinema and Soviet Society, 1917-1953*, Cambridge, 1992, p. 37

<sup>31</sup> LUNACHARSKY, Anatoli , citado por TAYLOR, Richard, *The Politics of the Soviet Cinema 1917-1929*, London, 1979, p. 51

Assim, e pela primeira vez no mundo, os técnicos de cinema seriam formados numa escola preparada para o efeito sem que, no entanto, essas escolas se preocuparem apenas com meras questões técnicas. Ali praticava-se, já, a doutrina propagandística Bolchevique, o sentido em que as ideologias revolucionárias do regime eram amplamente difundidas e debatidas nas aulas, assim como o eram a(s) melhor(es) forma(s) de traduzir esses ideais para a produção cinematográfica. A criação da escola de cinema pública era, assim, muito mais que uma simples procura por melhores técnicos de cinema que tanta falta pareciam fazer aos ideais do regime depois da revolução. Foi a consolidação de uma propaganda em prol da – desculpe-se a redundância – propaganda. Aquela iniciativa promoveu a experimentação e conseqüente inovação da linguagem cinematográfica assente no debate teórico em prol de um cinema pro-regime. Não será, por isso, de estranhar que, ao mesmo tempo, esse regime tenha dado os primeiros passos na produção de filmes de propaganda que, a início (e também por força dos limitados recursos herdados do Comité Skobelev), tomaram a forma de simples actualidades o que, combinado com a – ainda – inexperiência de muitos dos realizadores, acabou por resultar em produtos com pouquíssima expressão. O período áureo do cinema propagandista Bolchevique estaria, assim, ainda por chegar, e os seus primeiros vislumbres começam a desenhar-se no início do verão de 1918 quando os cineastas do regime produzem os seus primeiros “Agitki”<sup>32</sup> (curtas-metragens que variavam entre os 5 e os 30 minutos sem grandes pretensões estilísticas), e foi mesmo, em grande parte, os limitados recursos herdados do Comité Skobelev que acabaram por contribuir para a criação de filmes de cariz muito mais narrativo por um lado, e amplamente mais cuidados a nível estilístico por outro (Agitkas). Essas limitações deram ao cinema soviético a oportunidade de se libertar das amarras do cinema convencional, abrindo-lhe caminho para a revolução cinematográfica que novos e jovens cineastas viriam a operar poucos anos depois. Neste contexto, salienta-se a importância das primeiras experiências que Lev Kuleshov colocou em prática no seu *Naturshchiki*,<sup>33</sup> desenvolvendo aquilo que chamava de *fil'my bez plenki*,<sup>34</sup> onde ele e os seus alunos ocupavam as sessões a tentar dar origem a novos filmes a partir de material já rodado, ou seja, de arquivo. Surge assim, em 1920, o

---

<sup>32</sup> Como atesta Richard Taylor no seu livro *The politics of the Soviet cinema, 1917-1929*, Agitki eram filmes de propaganda realizados com a intenção de “agitar”, vigorizar e entusiasmar as massas no sentido de elas participarem de forma consciente nas actividades do governo soviético, e lidar efectivamente com aqueles que permaneciam na oposição à nova ordem.

<sup>33</sup> Workshop constituído por actores sem formação. Para mais referências ver TAYLOR, Richard, *The Politics of the Soviet Cinema, 1917-1929*, Cambridge University Press, 2008, pp.51-52.

<sup>34</sup> “Filmes sem filme”

primeiro Agitka com o título Na Krasnom frente. Este foi um dos primeiros filmes a dar, aos cineastas russos, a percepção de que o modo como os planos são justapostos é determinante para a forma como o significado do filme é construído e, conseqüentemente, a maneira como ele é recebido pela audiência.<sup>35</sup> Com essa experiência atreva-se o novo cinema emergente soviético mas, contudo, a verdadeira importância destes filmes passaria inobservada não fosse o empenho dos bolcheviques em fazer chegá-los ao seu público alvo e, nesse sentido, seria necessário colocar em prática uma eficaz estratégia de exibição, o que vieram a conseguir com os Agit-train<sup>36</sup> e Agit-pumky.<sup>37</sup> No entanto – e apesar do seu expressivo sucesso – os Agit-train representavam uma solução a curto prazo. A longo termo o governo via-se obrigado a reflectir sobre melhores formas de, não só levar os filmes às populações rurais (algo que era difícil com os Agit-trains já que estes se concentravam maioritariamente em localidades onde existisse acesso ferroviário), como também – e talvez mais importante – encontrar uma forma mais permanente de o fazer. Assim, no início de 1922, Lenine toma uma medida radical com o objectivo de tentar superar a crise que a indústria cinematográfica soviética estava a viver, e ordena a importação de uma enorme quantidade de filmes estrangeiros. Ele defendia que, com uma estratégia de marketing apropriada, esses filmes seriam capazes de gerar receitas de bilheteira que, posteriormente, seriam usadas na produção do cinema nacional. De qualquer forma, a exibição desses filmes seria precedida de uma curta-metragem nacional inserida no contexto propagandístico do regime e, nas palavras de Lenine, não existiam dúvidas no que respeitava à sua eficácia:

“Se tivermos uma boa actualidade, imagens educativas e sérias, então não interessa se, para atrairmos público, temos de lhes dar filmes inúteis ou banais.”<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Um arquétipo dessa descoberta é o filme de 1927 de Esther Shub Padenie Dinastii Romanovykh, onde é usada extensa metragem de película rodada no anterior regime czarista com o único propósito de, agora, fornecer à população russa uma visão bolchevique dos motivos que conduziram à renúncia do trono por parte de Nicholas II em Fevereiro de 1917. Shub acabara de obter um novo significado a partir das imagens que antes tinham servido o regime czarista para marcar uma posição radicalmente diferente, e conseguiu-o, não apenas com recurso aos vários inter-títulos de explícita conotação ideológica mas, acima de tudo, através de uma diferente justaposição dessas mesmas imagens.

<sup>36</sup> A origem dos Agit-trains remete para uma iniciativa do comité executivo central, a qual ordenou a partida de Moscovo de V. I. Lenine (um comboio equipado com livraria, papelaria e escritórios) – iniciativa levada a cabo a 13 de Agosto de 1918 – para que passasse duas semanas a distribuir panfletos e jornais a vários pelotões do exército vermelho distribuídos pelo território soviético. Pouco mais tarde, essa iniciativa serviria para chegar aos Agitpumky os filmes de propaganda realizados pelos cineastas do regime.

<sup>37</sup> Agit-pumky eram “centros de agitação”. Nomeadamente: locais próximos das estações ferroviárias onde chegavam os Agit-trains e onde, conseqüentemente, os propagandistas montavam todo o aparato de projecção e exibiam os seus filmes.

<sup>38</sup> Conversa de Lenine com Lunacharsky em 1922, Citado por TAYLOR, Richard e CHRISTIE, Ian, *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.57

As medidas introduzidas pelo governo com a substituição da Goskino pela Sovkino (com a conseqüente monopolização da distribuição), gerou frutos de tal ordem que, por alturas de 1928, as receitas do cinema soviético conseguiram, pela primeira vez, ultrapassar as receitas do cinema importado, com um total de mais de 1500 cinemas abertos nas principais áreas urbanas. Ficava, no entanto, por resolver a forma como o cinema chegaria às populações mais rurais, e que representavam qualquer coisa como oitenta por cento do total da nação soviética, o que acabou por acontecer com a implementação da *Kinofikatsiya*<sup>39</sup> (cineficação), e que consistia na mobilização de co-operários do regime que, de projectores e geradores em punho, percorriam diversas povoações onde se exibiam os filmes nacionais a uma audiência maioritariamente iletrada. Esse foi, aliás, um factor determinante na forma como os Bolcheviques promoveram, em parte, o seu regime, confiando nas qualidades políticas dos seus operadores que, em última das instâncias, seriam os responsáveis por construir – numa audiência que não conseguia ler os inter-títulos – o significado dos seus filmes. Mas nem tudo parecia bem apesar dos esforços. Como se lia num jornal nacional em Setembro de 1927, ao cinema era permitido “vaguear grosseiramente e sem rumo pelos mares soviéticos.”<sup>40</sup>

Enquanto que esta afirmação se pode atribuir às expectativas demasiado optimistas que os bolcheviques tinham em relação às medidas que impuseram na sua *Kinofikatsiya*, ela decorreu – ao invés disso – de um crescente sentimento de desprezo pelos filmes, não pela estratégia. Ou seja, um desdém pelo seu estilo e conteúdo. Assim sendo, não importava quão eficaz se mostrava a estratégia de levar o cinema às populações se, no final de contas, os filmes falhassem a sua missão de comunicar a sua mensagem à audiência. Numa conjuntura em que o cinema estrangeiro – principalmente o americano – continuava a seduzir a população russa, foi um grupo de jovens cineastas que conseguiu inverter o rumo dos acontecimentos. A primeira manifestação daquele que veio a ser o cinema avant-garde soviético adveio em 1924 pelas mãos de Lev Kuleshov com *Neobychainye Priklyucheniya Mistera Vesta V Strane Bolshevikov*, e que foi sucedido pelo trabalho de outros cinco realizadores, Sergei Eisenstein, Vsevolod Pudovkin, Dziga Vertov, Esther Shub, e Alexander Dovzhenko.

---

<sup>39</sup> O termo foi usado pela primeira vez no primeiro Congresso de Professores de História Natural, para descrever o processo de apetrechar as escolas com a nova tecnologia do cinema. Para mais referências ver TAYLOR, Richard, *The Politics of the Soviet Cinema 1917-1929*, London, 1979, p.8

<sup>40</sup> *Zhizn Iskusstva*, 27 de Setembro de 1927, Citado por TAYLOR, Richard, *The Politics of the Soviet Cinema 1917-1929*, London, 1979, p.102

Um dos mais claros exemplos do modo como estes novos realizadores procuravam efectivar a sua missão revolucionária está espelhado na emblemática Cena da Escadaria de Odessa de Bronenosets Potyomkin, filme de Sergei Eisenstein. O seu intento original era o de reconstruir os eventos que conduziram à revolução recorrendo à narrativa ficcional.<sup>41</sup> No entanto, o mau tempo forçou Eisenstein e a sua equipa a deslocarem-se primeiro para Baku e depois para Odessa, onde teria lugar a rodagem de uma pequena sequência que mostraria o motim no vaso de guerra Potyomkin, e o consequente massacre dos apoiantes desse motim mas, uma vez em Odessa, Eisenstein decidiu que o motim e os acontecimentos subsequentes seriam muito mais eficazes para encapsular a essência dos acontecimentos de 1905 do que qualquer habitual narrativa ficcional. Outra das características que torna este filme singular é, por exemplo, a dispensa da noção de que a narrativa tem de ser obrigatoriamente conduzida por um protagonista principal, o que era uma norma em Hollywood. Se um realizador americano faria de Vakulinchuk o herói que conduziria os seus colegas marinheiros à vitória instigando-os a amotinarem-se, já Eisenstein matou esse personagem precisamente quando ele estava a ganhar protagonismo. Dessa forma, no lugar do tradicional herói americano surgiu a classe operária revolucionária encorpada pelos inúmeros marinheiros a bordo do vaso de guerra. A opção de Eisenstein transforma, assim, aquilo que seria um acto heróico individual numa luta de classes da qual Vakulinchuk apenas faz parte. Mas a originalidade de Bronenosets Potyomkin não se fica pela singular narrativa e, enquanto as interpretações, a fotografia, e a mise-en-scène quebraram – cada uma à sua maneira – com convenções pré-estabelecidas na indústria, foi a montagem<sup>42</sup> que mais contribuiu para esse efeito. Mas este novo cinema seria, infelizmente para os bolcheviques, uma faca de dois gumes. Se por um lado os novos cineastas auspiciavam uma próspera e áurea época para o cinema russo, por outro esse cinema revelava-se, ao mesmo tempo, sério demais e de difícil interpretação para a maioria da população. A noção de Leonid Andreyev – do cinema como uma linguagem universal – caía, aqui, inegavelmente por terra, e uma clara indicação disso mesmo estava patente na forma como o sucesso de bilheteiras na união soviética era traçado por filmes em tudo antagónicos ao novo cinema revolucionário russo, sobretudo bastante subservientes do melodrama, do glamour e da

---

<sup>41</sup> Este dado, assim como outros que respeitam a futura análise deste filme no âmbito deste ensaio foram baseados na obra de COOK, David A, *A History of Narrative Film*, London, 2004, pp.149-150.

<sup>42</sup> A este respeito – e apesar de amplamente debatida por inúmeros autores – aconselha-se a leitura de EISENSTEIN, Sergei (autor), e LEYDA, Jay (tradutor), *Film Form: Essays in Film Theory*, Harcourt, 1969.

comédia, como as muitas obras de Yakov Protazanov subsidiadas pela Mezhrabpom-Rus mas altamente criticadas pelo regime, não obstante o seu enorme êxito comercial. Estava claro que na União Soviética, assim como na maioria do globo, o cinema atraía mais pessoas quanto mais entretenimento e diversão ele proporcionasse e, sem qualquer sombra para dúvidas, os Bolcheviques sabiam que, para transformar a ideologia de milhares de cidadãos soviéticos os filmes teriam de ser vistos por eles. Se não o eram, então não importava que outras qualidades eles poderiam, ou não, conter.

Nesta conjuntura muitas eram as críticas. A Sovkino era criticada por importar demasiados filmes estrangeiros e encorajar a produção de “réplicas” nacionais. O partido era criticado por não fazer investimentos suficientes na distribuição e exibição rural, e a nova vaga de realizadores avant-garde era criticada por criar filmes demasiado complexos que a população não entendia, enquanto todos os outros realizadores o eram por não conseguirem fazer filmes que apelassem às boas graças do povo soviético. Essas críticas atingiram o auge aquando da primeira Conferência em que participaram todos os responsáveis pela produção cinematográfica soviética (levada a cabo em Março de 1928). O colóquio – que debatia a urgência de se criar laços mais estreitos entre os cineastas e a população – teve o seu clímax na apresentação de um artigo redigido pelo argumentista e realizador Petrov-Bytov, o qual afirmou que os realizadores avant-garde atestavam uma atitude preconceituosa sobre a população rural, e que não fruía de qualquer entendimento sobre a verdadeira natureza da maioria do povo russo, condição que achava necessária para o sucesso do cinema de propaganda. Nas suas palavras:

“...filmes com histórias e enredos simples (...) Temos que falar na mesma linguagem que eles (o povo) acerca da vaca que sofre de tuberculose, acerca de como se transforma um curral de vacas imundo em algo limpo e brilhante (...) Todos os filmes têm de ser úteis, inteligíveis e familiares às massas.”<sup>43</sup>

A demanda de uma maior e mais abrangente revolução cultural conduziu à admissão dos ideais expostos por Petrov naquele artigo, e à subsequente dissolução da Sovkino em 1930, sendo posteriormente substituída pela Soyuzkino que, em 1934, proclamou a “Nova Ortodoxia do Realismo Socialista” a que todos os artistas – incluindo os cineastas – teriam de se cingir.

---

<sup>43</sup> O artigo foi publicado a 21 de Abril de 1929, e é citado por TAYLOR, Richard (editor e tradutor), e CHRISTIE, Ian (co-editor), *The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939*, London, 1988, p.261-262.

## ILAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO II

No contexto do cinema de propaganda soviético será importante referir o grande contributo de um pequeno filme realista que, na altura em que foi realizado, nada tinha que ver com qualquer acto deliberado de propaganda por parte do governo, mas sim com a tentativa de cessar com os rumores populares sobre a morte de Lenine depois da ocorrência de um atentado à sua vida em 1918. Para refutar esses rumores, Lenine foi filmado a passear no Kremlin e, sem quaisquer tipo de expectativas que não fossem abolir a mentira da sua morte, o público – principalmente aquele que nunca tinha tido uma experiência cinematográfica até então – revia-se no seu líder, ou pelo menos transmitiam a esses cidadãos a ideia clara de quem eram os seus dirigentes, o que acabou por contribuir para uma maior coesão entre o povo e os Bolcheviques, e que atesta, sem dúvida, a capacidade e eficácia que o filme realista pode ter como documento. No entanto, há que reflectir sobre essa eficácia, e como ela pode ser condicionada por inúmeros factores. Já constatámos anteriormente (no estudo do filme de propaganda Inglês na primeira grande guerra), como os fenómenos socioeconómicos podem determinar, de forma bastante mais contundente, a orientação ideológica da população. E se esse é, sem dúvida, um factor a ter em consideração na eficácia do filme de propaganda, presentemente temos que ajuizar, também, sobre a real incapacidade do cinema como linguagem universal. Lembrarmo-nos que hoje – e ao contrário do que dizia Leonid Andreyev – o cinema é um meio audiovisual em que o significado do seu conteúdo é activamente construído pela sua audiência.

Nesse campo em particular, os Bolcheviques quase tiveram na mão aquela que poderia ser uma solução para o eterno problema da significação do cinema por parte dos seus espectadores, pois eles foram realmente revolucionários na forma como pensaram a génese do seu cinema de propaganda, não apenas por controlar quem, e como o realizava, mas acima de tudo no modo como tencionaram educar os seus próprios realizadores com a criação das gosudarstvennaya kinoshkola. Escolas não apenas destinadas à formação dos vários conhecimentos técnicos, mas acima de tudo preocupadas em difundir a ideologia do governo, a qual mais tarde emergiria naturalmente nos filmes produzidos pelos seus estudantes.

A forma como os Bolcheviques quiseram assegurar a exibição dos seus filmes nas localidades mais remotas também merece, aqui, especial atenção. Com os Agit-train e

Agit-Punkty, os Bolcheviques levaram o cinema a milhares de pessoas que, de outra forma, nunca teriam tido essa experiência. O aparato tecnológico que coroava as imagens em movimento, (novidade nos meios rurais), transmitia de forma moderna e persuasiva os ideais bolcheviques que assentavam, também eles, num modelo de consciência revolucionária apoiado no progresso tecnológico. No entanto – e apesar do enorme esforço na frente da disseminação do seu cinema de propaganda – os filmes continuavam a não chegar às populações mais remotas (a grande maioria do território russo), muito devido às inúmeras dificuldades logísticas e tecnológicas com que os bolcheviques se defrontaram. Mas se até no conturbado contexto socioeconómico da guerra civil os limitados recursos limitaram os primeiros filmes de propaganda às simples actualidades, podemos sem dúvida afirmar que o cinema de propaganda soviético ganhou imenso com isso. Afinal, aquele que foi o mais importante contributo para o cinema por parte dos seus cineastas – o da significação pela montagem – deve-se, em grande parte, às limitações técnicas que eles enfrentaram na altura.

A importante medida de importar filmes estrangeiros para ganhar audiências mostrou-se um sucesso. Não só capitalizou a economia do cinema nacional (fomentando a criação de uma indústria de cinema sustentada), como também serviu para difundir a ideologia do governo a partir dos curtos filmes de propaganda que eram projectados antes dos filmes de longa-metragem mais comerciais, estes que, sem dúvida, colhiam – por larga margem – os maiores lucros de bilheteira. Com uma política económica que reforçava o papel das imagens em movimento na propagação das ideologias do governo, assistiu-se assim ao nascimento dos cineastas que verdadeiramente revolucionaram o cinema soviético mas, ao contrário do que antevira o governo, o desdém pelo conteúdo e estilo deste novo cinema fez com que o público soviético não fosse capaz de se reconhecer nele. Tal como os cineastas britânicos da primeira grande guerra, os bolcheviques foram incapazes de resolver o binómio que parece estar na base de algum do insucesso do seu cinema: a conciliação eficaz de uma linguagem de cariz mais popular por um lado, e política por outro. Assim, apesar de os soviéticos nos terem demonstrado a sua grande aptidão (tanto na realização de filmes de propaganda como na realização de filmes comerciais), quase inexistentes são os exemplos de um cinema que consegue

fundir ambos com eficácia,<sup>44</sup> algo que Petrov-Bytov sublinhou no colóquio de Março de 1928.

Na verdade, talvez seja esta a principal razão pela qual os cineastas russos, assim como os britânicos na primeira grande guerra, não obtiveram o sucesso que esperariam do seu cinema de propaganda, não obstante o empenho que lhe dedicaram.

---

<sup>44</sup> A este respeito há que salientar algum do trabalho efectuado por Yakov Protazanov que, apesar de maioritariamente criticado, conseguiu – mesmo assim – reunir o consenso do governo em relação a algumas das suas obras, nomeadamente: *Yego Prizyv*; *Sorok Pervyy*; e *Don Diego i Pelageya*.

### CAPÍTULO III

#### O FILME REALISTA ALEMÃO NA IIª GRANDE GUERRA

Ao compararmos a dedicação que os Alemães colocaram na disseminação da sua doutrina com o que os Bolcheviques já tinham feito, iremos encontrar alguns pontos de convergência, pontos esses que – sem quererem se assumir, à priori, como análogos nas suas minuciosidades – acabam por encerrar, em si, os mesmos móveis. Assim como Lenine, Hitler acreditava que possuía uma natural aptidão para mobilizar o apoio popular, o que pretendia fazer à luz de uma análise marxista sustentada numa necessária revolução que precipitasse a tão desejada transformação ideológica do seu povo e, para além disso – e como atestam os dois parágrafos dedicados à propaganda no seu “Mein Kampf” – era óbvia a forma como os dois concordavam sobre o papel que a propaganda deveria assumir na doutrinação do povo devido ao seu enorme potencial para o efeito. A este propósito – e tal como Lenine – Hitler defendia que a propaganda deveria funcionar ao nível das ideias simples. Para que ela fosse eficaz, “o seu nível intelectual terá de ser ajustado à inteligência mais limitada daqueles a quem se destina (...) A complexidade da instrução científica não tem lugar na propaganda – ela deve ser directa, simples, e clara.”<sup>45</sup>

Ainda que não houvessem ambiguidades no que constava à propaganda Nazi, Hitler e Goebbels tiveram o cuidado de escamotear a forma como os objectivos do partido seriam propagandeados dando, acima de tudo, especial atenção a como os seus ideais se reviam, ou não, nas preocupações contemporâneas da população alemã. Foi assim que – entre outras estratégias – os Nazis apontaram o dedo a uma conspiração financeira, supostamente encetada pela comunidade judaica, quando, na verdade, a classe operária alemã mostrava claros sinais de rancor sim, mas para com a sua congénere classe financeira que julgava desmesuradamente mais bem paga. O mesmo passou-se com a projecção que o socialismo vinha, até então, a ganhar. Imediatamente a propaganda Nazi tratou de culpar – não o socialismo per se – mas o Judaísmo Marxista internacional que, na opinião dos Nazis, eram os responsáveis pela depressão que se estava a viver naquele período.

Enquanto muitos historiadores defendem que a propaganda não desempenhou um papel tão fundamental quanto se pensara na ascensão de Hitler ao poder, não restam

---

<sup>45</sup> HITLER, Adolf, *Mein Kampf*, traduzido por Ralph Mannheim, London, 1998, pp. 164

dúvidas que não fora apenas uma conjuntura desfavorável, e alguma destreza política da sua parte, que explicam o seu sucesso – a propaganda muitas vezes serviu para traduzir o potencial dessas circunstâncias num avolumar expressivo do apoio popular.<sup>46</sup>

Foi talvez por isso que os Nazis, assim como os Bolcheviques, perceberam a importância que uma continuada estratégia de propaganda poderia assumir uma vez no poder, e foi na sequência desse raciocínio que Hitler constituiu o Ministry for Popular Enlightenment and Propaganda (com Goebbels como ministro), poucos dias depois da sua ascensão. Mais, contrariamente ao que se escreveu nas primeiras historiografias da Alemanha Nazi, hoje sabe-se que aquele regime não governou apenas pela força. Como Goebbels fez questão de referir em Nuremberga: “Pode ser bom possuir poder que subsiste na força de braços. Mas é melhor e mais gratificante ganhar e perseverar o coração do povo.”<sup>47</sup>

Os Nazis acreditavam que o seu povo tinha sucumbido à subversão e infiltração de costumes que nada tinham que ver com os seus verdadeiros valores tradicionais e, por isso mesmo, esses valores teriam – primeiro – que ser restabelecidos se um novo Volkischer Staat<sup>48</sup> era um dos objectivos. Assim, não é de estranhar que a palavra Enlightenment apareça na designação do novo ministério de Goebbels numa clara reminiscência ao Commissariat of Enlightenment, dada a semelhança do propósito de ambos: a consciência revolucionária em prol de uma transformação ideológica.

Hitler acreditava que uma nova Alemanha apenas poderia ser construída sobre a derrota dos seus inimigos e, por isso, a sua nação teria que ser transformada no sentido de enraizar uma ideologia que – apesar do regime a poder implementar sem ter em conta a opinião pública – os Nazis pretendiam, acima de tudo, que o seu povo a entendesse e abraçasse. Nesta nova Alemanha a identidade pessoal derivava exclusivamente de um profundo sentimento de patriotismo personificado – como aliás veremos mais à frente – pela figura de Adolf Hitler. Por sua vez, esse espírito patriótico pressupunha, por acréscimo, um claro discernimento dos possíveis inimigos do novo Volkischer Staat. Tornava-se então necessário maximizar o patriotismo alemão por um lado, e o ódio

---

<sup>46</sup> Para uma discussão pormenorizada do papel da propaganda na ascensão dos Nazis ao poder, consultar BESSEL, Richard, *The Rise of the NSDAP and the myth of Nazi propaganda*, *The Wiener Library Bulletin*, 1980, Vol. 33, New Series, Nos. 51/52, pp. 20-29

<sup>47</sup> Goebbels, citado por WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, p. 20

<sup>48</sup> “Estado Popular, ou Estado-Nação, é um estado onde a legitimação política é praticada por uma entidade soberana. O Estado é uma entidade política e geopolítica, a Nação é uma entidade cultural e/ou étnica. O termo implica que as duas entidades coincidam, e é isso que o distingue de outro tipo de estados.

pelos inimigos do regime por outro, ocupando a propaganda um lugar de excelência para o efeito, tal como Goebbels deixava claro no seu discurso:

“Não basta aglutinar, mais ou menos, as pessoas ao nosso regime, ou movê-las para uma posição de neutralidade para conosco. Nós queremos trabalhá-los até que eles sejam viciados no regime.”<sup>49</sup>

Apesar do regime Nazi ter encontrado as suas dificuldades para estabelecer efectivamente a sua doutrina,<sup>50</sup> nada conseguiu travar Goebbels de construir um império propagandístico de consideráveis dimensões. No início de 1934, os vários ramos do aparato propagandístico do regime Nazi empregavam, nada mais nada menos que catorze mil funcionários,<sup>51</sup> um número que, de certa forma, colidia com a visão do próprio Goebbels ao defender que demasiada propaganda poderia ser contraproducente, mas que ao mesmo tempo era capaz de agir atempadamente na sua relação com o domínio público, seja ao censurar toda a informação que de alguma forma subvertesse os ideais do regime, seja ao produzir propaganda que entretesse e divertisse, tarefa que foi confiada ao Reich-Raum der Kultur subdividido em sete áreas, a cada uma competindo a sua área específica de produção. No entanto, a função mais relevante deste organismo era o de determinar a quem era consentido trabalhar em determinada área. Assim, tal como uma recusa enunciava o fim da carreira profissional de alguém, emergiam os “apadrinhados” pelo regime que, agora, gozavam de novas medidas proteccionistas que lhes asseguravam a estabilidade laboral. Dessa forma Goebbels conseguia estabelecer uma estrutura que garantia um elevado grau de controlo sem que a população percebesse que esse domínio estava, na verdade, a ser maquinado pelo governo, o que – para ele – se revestia de especial importância já que Goebbels estava determinado a preservar, no povo, a ideia de que nada tinha mudado, e o cinema viria a ser uma pedra basilar na construção dessa ideia.

O cinema era claramente um meio de difusão no qual Goebbels se revia (ele afirmou-o numa assembleia de representantes da indústria de cinema alemã ao dizer que

---

<sup>49</sup> Goebbels, discurso para a imprensa a 15 de Março de 1933, Citado por WELSH, David, *The Third Reich: Politics and Propaganda*, London, 1993, p. 138

<sup>50</sup> Apesar da queda da República de Weimar e da destruição e opressão a todos os opositores ao regime Nazi – e ao contrário do que acontecera com o Bolchevismo – os Nazis pouco fizeram para alterar o tecido socioeconómico mais profundo que se enraizara na sociedade alemã. Assim, o capitalismo industrial continuou a funcionar como vinha a funcionar até então, e as principais instituições (como a igreja, os serviços sociais, e o exército), foram deixados incólumes, situação ainda mais agravada pelo facto do próprio partido se encontrar dividido em várias secções, cada uma com considerável autonomia o que, em última análise, fazia colidir os interesses dos seus vários chefes.

<sup>51</sup> Z.A.B. Zeman, *Nazi Propaganda*, London, 2002, p. 21

era “um devoto apaixonado pela arte cinematográfica”,<sup>52</sup> mas teve ainda a felicidade de partilhar esse gosto com o chefe supremo do regime, apesar de muitos defenderem que haviam óbvias diferenças na forma como os dois homens entendiam como o cinema poderia melhor servir o propósito propagandístico Nazi. Tal como já tivemos oportunidade de referir, Hitler era alguém que olhava para o cinema de propaganda da forma mais directa possível. Ele simplesmente repudiava a noção de um cinema de propaganda artístico que, de alguma forma, pudesse ser ao mesmo tempo eficaz. Goebbels, por sua vez, tinha uma visão díspar. Ele acreditava que a propaganda seria tão mais eficaz quanto menos óbvia ela fosse, admitindo que a propaganda disfarçada de entretenimento seria a mais eficaz de todas.<sup>53</sup> Aliás, ele chegou mesmo a escrever que os filmes em que a propaganda permanece em segundo plano como uma “tendência, como uma característica, uma atitude, serão eficazes em todos os sentidos”

No entanto, também Goebbels reconhecia a importância de filmes claramente propagandísticos, tal como defendia Hitler. Assim como este, Goebbels admitia que as actualidades filmadas desempenhavam um papel preponderante na propaganda do regime e, ao contrário do que muito já se escreveu sobre a sua suposta objecção a *Der Sieg des Glaubens* e *Triumph des Willens*, de Leni Riefenstahl, os seus diários dão-nos a conhecer uma perspectiva bem diferente sobre o assunto,<sup>54</sup> deixando perceber que a posição de Goebbels, no que à propaganda dizia respeito, era bem mais complexa do que muitos pensavam. Ele não só percebera o valor da propaganda imiscuída – e “invisível” – no filme narrativo sem um claro propósito propagandista, como também compreendia o mérito singular do filme de propaganda explícito, como o eram a maioria das actualidades filmadas, e afinal, tanto ele como Hitler concordavam que o potencial do cinema como propaganda deveria ser explorado ao máximo (raciocínio que já tinha contribuído para a constituição da *Universum Film AG – UFA* – em 1917, sob o pressuposto de “planear medidas energéticas para a doutrinação das massas no interesse do estado”<sup>55</sup>, e, apesar de uma pequena minoria dos cineastas nacionais se identificarem

---

<sup>52</sup> Goebbels citado por WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, p. 150

<sup>53</sup> Esta noção foi amplamente desenvolvida por David Welsh em mais que uma ocasião. Ver por exemplo WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, pp. 44-45

<sup>54</sup> Goebbels deixou bastante explícito – e por várias vezes – o quanto admirava o trabalho da realizadora. A este propósito ver LOIPERDINGER, Martin, e CULBERT, David, *Leni Riefenstahl, the SA and the Nazi Party Rally films 1933-1934: Sieg des Glaubens and Triumph des Willens*, *Historical Journey of Film, Radio and Television*, Vol. 8, No. 1, 1988, pp. 3-38, e CULBERT, David, *Leni Riefenstahl and the Diaries of Joseph Goebbels*, *Historical Journey of Film, Radio and Television*, Vol. 13, No. 1, 1993, pp. 85-93.

<sup>55</sup> General Ludendorff, citado por PETLEY, Julian, *Capital and Culture: German Cinema 1933-45*, London, 1979, pp. 31

com ideais de esquerda, a grande maioria tolerava, ou simpatizava mesmo, com a ideologia Nazi. Esse foi de facto um enorme contributo para que o regime conseguisse estabelecer facilmente uma relação de grande proximidade com a indústria, principalmente – e por paradoxal que possa parecer – num momento em que ela parecia desmoronar-se devido, em grande parte, à má gestão financeira dos produtores alemães que, numa altura de grave depressão económica, continuaram a investir em filmes cada mais ambiciosos e, conseqüentemente, mais dispendiosos. Para agravar a situação, os americanos serviram-se do Plano Dawes para defender, por um lado, algumas restrições na exportação dos filmes alemães e, por outro, estimular a abertura desse mercado a filmes estrangeiros, o que acabou por resultar na inundação do mercado germânico pelos filmes de Hollywood e, mais grave que isso, originar a falência de muitas pequenas produtoras. Nesta conjuntura, um governo que tomasse medidas para restaurar a indústria conquistaria certamente muitos apoiantes, e isso foi precisamente o que Goebbels fez com recurso – entre muitas outras medidas – à Reichslichtspielgesetz (Lei do Cinema do Reich) de 16 de Fevereiro de 1934 a qual estipulava um controlo muito mais apertado sobre o processo de produção do cinema nacional, e que acabou por influenciar decisivamente a forma e estilo das produções subsequentes sem, contudo (e como era seu apanágio), dar a entender ao público alemão que estavam perante um período de transformação. Na verdade, à parte da exclusão judaica e da Entartete Kunstler (num claro repúdio para com o modernismo), o cinema alemão começou a recuperar da depressão atingindo audiências de 430 milhões de espectadores em 1938, e que ainda viriam a crescer de forma mais significativa em tempo de guerra<sup>56</sup> com os jovens a constituir uma especial e importante fatia desse público.

Para além do habitual público que frequentava as salas de cinema, a propaganda Nazi colocou em prática mais duas iniciativas para disseminar a sua doutrina juntos dos mais jovens: o uso do cinema nas escolas. Não apenas fruto de adequados apoios logísticos – como os projectores de 16mm que tinham permanecido desde a República de Weimar por exemplo, mas acima de tudo pela óbvia relação que existia entre o corpo docente e os ideais Nazis, já que – na altura – 97 por cento dos professores eram membros da Associação de Professores Nazis. A segunda iniciativa mostrou-se ainda mais incisiva. Foi ela a disseminação da propaganda Nazi através da Hitler Jugend.<sup>57</sup> Aí

---

<sup>56</sup> PETLEY, Julian, *Capital and Culture: German Cinema 1933-45*, London, 1979, pp. 59

<sup>57</sup> Segundo a Encyclopædia Britannica Online, a Juventude Hitleriana foi uma organização criada por Adolf Hitler em 1933 para educar e treinar os rapazes alemães nos princípios do nazismo. Sobre a liderança de

projectavam-se filmes em sessões regulares e, se quatro anos depois de encetada essa iniciativa já existiam cerca de 2,5 milhões de jovens a assistir às sessões de Domingo, então esse número cresceu desmesuradamente para os 11,2 milhões em 1942.<sup>58</sup> O sucesso desta iniciativa foi tão grande que, durante a guerra, a prática de levar os filmes até às populações ganhou uma importante expressão também junto dos adultos. Para tal, Goebbels equipou, nada mais nada menos que 1500 unidades móveis capazes de levar o cinema (maioritariamente actualidades filmadas), às populações mais rurais e que, por isso, não tinham normalmente acesso aos cinemas urbanos.

Mas não se pense que a propaganda do regime se construiu apenas com recurso às, talvez mais limitadas, actualidades filmadas. Também um pequeno número de filmes de longa-metragem – sejam de ficção ou de cariz mais realista – desempenharam um papel preponderante na disseminação da doutrina Nazi, nomeadamente no que à construção da figura mítica de Hitler (como figura onnipotente), diz respeito. O mais famoso filme do género será, sem dúvida, *Triumph des Willens* de Leni Riefenstahl, realizado em 1935, e a partir do qual – e como Leiser atesta<sup>59</sup> – assim se entendeu que jamais seria necessário produzir outra obra do género, tal tinha sido o sucesso com que o filme da jovem realizadora alemã tinha conseguido contribuir para a construção do mito hitleriano. A partir daí, seria apenas necessário reavivar a memória dessa figura nas mentes do povo alemão, papel confiado para as actualidades filmadas onde Hitler aparecia com frequência. O filme parecia assim preencher todos os requisitos ideológicos – e mesmo cinematográficos – que Goebbels traçara logo de início para a consolidação de um papel preponderante do cinema na propaganda do regime. No entanto, é curioso – e impreterível – constatar que foi precisamente por altura da exibição de *Triumph des Willens* que a popularidade de Hitler conheceu um assinalado declínio. Os baixos salários, a escalada do custo de vida, a escassez de víveres, assim como a alta taxa de desemprego eram focos de descontentamento na população que já tinha levado a Sopade<sup>60</sup> a escrever “o culto Hitleriano está visivelmente em declínio”<sup>61</sup> e inclusive a especular sobre a queda do regime Nazi.

---

Baldur von Schirach, ela incluía já, em 1935, quase 60 por cento dos rapazes alemães. A 1 de Julho de 1936, ela veio a tornar-se numa agência estatal na qual todos os jovens “arianos” se deveriam integrar.

<sup>58</sup> WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, pp. 28

<sup>59</sup> LEISER, Erwin, *Nazi Cinema*, London, 1968, p. 29.

<sup>60</sup> Designação do Partido Social Democrata (SPD), alemão quando trabalhava em exílio a partir de Praga (1933-1938), Paris (1938-1940), e Londres (até 1945).

<sup>61</sup> Relatório da Sopade de 14 de Março de 1935, Citado por KERSHAW, Ian, *The “Hitler Myth”: Image and Reality in the Third Reich*, Oxford, 1987, p. 71.

Triumph des Willens, o qual fora encorajado a ser exibido como filme principal, não obteve sequer, no entanto, o imediato sucesso de bilheteira que o filme de Riefenstahl, Der Sieg des Glaubens, obtivera dois anos antes. Na verdade, e apesar de ser hoje o filme Nazi mais visto de sempre, o filme que logo um mês após a sua premiere recebeu o Deutscher Filmpreis – chegando mesmo a vencer o Festival de Veneza em 1935 e a medalha de ouro na Exposition Internationale des Arts et Techniques dans la Vie Moderne dois anos depois – apenas sobreviveu poucas semanas em muitos dos principais cinemas alemães sendo, nos anos seguintes, exibido maioritariamente tanto em sessões privadas para os membros do partido Nazi, como para a Hitler-Jugend.

Mas a crise mostrou-se passageira, e para isso contribuiu grandemente a crise da Renânia, que assentou na sua remilitarização no sentido de restaurar a soberania do III Reich naquela zona ocidental da Alemanha violando, dessa forma, os tratados de Versalhes e Locarno. O fervoroso sentimento patriótico do povo alemão cuidou do resto, e aquela que foi, provavelmente, a conquista mais exígua do regime Nazi excitou ardentes celebrações populares, com Adolf Hitler como principal beneficiário. Mais, a Renânia serve de paradigma a muitos dos autores que afirmam hoje, que a ascensão da popularidade de Hitler nos seis anos subsequentes se deve mais à percepção idealizada das suas conquistas, do que a qualquer outro motivo.

Dito isto, há que no entanto não menosprezar o contributo que o filme de propaganda deu para consubstanciação do regime Nazi, afinal, foi ele um dos principais motores do impacto que as ditas conquistas de Hitler tiveram na opinião pública já que, mesmo que a imprensa e a rádio fossem o principal veículo de informação sobre as operações militares do regime, as actualidades filmadas desempenharam um considerável papel nesse contexto. Em 1939, por exemplo, as actualidades ganharam especial relevância na forma como mobilizaram o apoio da população para a guerra que se avizinhava. Um dos exemplos disso são os filmes que abordavam as supostas atrocidades que os alemães, residentes na Polónia, sofriam à mercê dos polacos, o que abriu caminho para um sentimento generalizado de permissividade popular alemã em relação à posterior invasão polaca. Na verdade, Hitler conduziu o seu povo a uma guerra à escala mundial sem grande oposição popular, chegando mesmo a incutir a ideia no seu povo que o conflito tinha sido forçado pelos polacos e seus aliados, e para isso muito contribuiu a propaganda que, inteligentemente, foi capaz de instituir na população alemã a ideia de que um sentimento anti-conflito – na conjuntura que se vivia – era algo antipatriota. Nesse sentido, é evidente que a propaganda (da qual fazem parte as actualidades

filmadas), influenciou eficazmente a forma como a população alemã transitou de um estado de paz para um estado de guerra e, já nesse período, a abundante quantidade de material filmado continuou a desempenhar um papel maior, ao moralizar os alemães com o registo das sucessivas vitórias nos primeiros meses do conflito. No entanto, a enorme popularidade das actualidades filmadas não durou muito, constatando a SD,<sup>62</sup> que em Março de 1941, as actualidades filmadas eram desprezadas ao ponto de os espectadores esperarem que elas terminassem para, só depois, comprar o bilhete para a projecção do filme principal, o que – como medida de recurso – levou Goebbels a ordenar o fecho das bilheteiras assim que começasse a projecção da actualidade filmada. Como se não bastasse, a estocada final foi dada pela derrota alemã em Estalinegrado, concluindo, por essa altura, a SD que “as actualidades filmadas não irão conseguir recuperar a sua anterior popularidade”, e que “grandes secções da comunidade não se deixam já influenciar pelas actualidades”.<sup>63</sup>

Chegados que estamos a este ponto, não queremos de todo deixar de referir a influência que os vários relatórios da SD tiveram na transformação formal das actualidades filmadas. Um dos mais paradigmático exemplos disso foi a ordem expressa dada a Montadores e operadores de Câmara, no sentido de não mostrar quaisquer imagens que pudessem instituir “medo, horror, ou repulsa pela guerra”<sup>64</sup> mesmo quando se tratava de mostrar as grandes vitórias alemãs. Mas talvez mais importante que isso – e independentemente da popularidade ou eficácia das actualidades filmadas – o que os diversos relatórios da SD nos mostram é que houve, por parte dos Nazis, uma real preocupação em analisar de que modo a opinião pública reagia à sua propaganda e, nesse sentido, o cuidado com que o fizeram<sup>65</sup> demarcou, efectivamente, a estratégia propagandística alemã das demais.

---

<sup>62</sup> Sicherheitsdienst (SD) foi primeiro o Serviço de Inteligência das SS ao serviço do partido Nazi. Foi a primeira organização a ser estabelecida no regime e, habitualmente, considerada como uma organização “irmã” da Gestapo.

<sup>63</sup> Relatório publicado a 4 de Março de 1943, citado por WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, p. 201

<sup>64</sup> WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, p. 200

<sup>65</sup> Quase todas as principais organizações do partido Nazi monitorizavam a opinião pública fornecendo ao regime informação valiosa na aceção do sucesso dos seus esforços, onde se destacam os relatórios da moral civil e opinião pública levados a cabo a partir de 1939 pelo Sicherheitsdienst (serviços de segurança das SS), que proporcionavam um registo das inúmeras discussões que o público tinha em torno dos filmes que visionava.

### ILACÕES SOBRE O CAPÍTULO III

A estratégia propagandística de Goebbels assente no cinema foi uma das mais acutilantes da qual se tem memória. Apenas dezoito meses depois da tomada de poder pelos Nazis ele não só conseguiu um considerável controlo sobre a produção do cinema alemão como, ao mesmo tempo, suportou a ideia – nas mentes da população – de que a indústria cinematográfica nacional continuava a oferecer-lhes o mesmo cinema de sempre. Por contraste com o que acontecera com os Britânicos durante a Primeira Grande Guerra, e depois com os Bolcheviques, Goebbels conseguira realmente levar o grosso dos filmes que a propaganda Nazi produzira às populações a que eles se destinavam e, mesmo que no período do conflito o total de filmes de propaganda Nazi constituíssem apenas uma pequena percentagem dos filmes que eram visionados nos grandes centros populacionais, esses filmes conseguiram – ao contrário do que acontecera com a propaganda Bolchevique por exemplo – obter um largo número de audiências. Nesta conjuntura, tudo apontaria para um enorme sucesso da propaganda Nazi, mas se muitos dos primeiros estudos que se efectuaram sobre esta temática atestaram, de alguma forma, esse êxito, análises mais recentes contrariam essas ideias iniciais ao observarem, de forma mais atenta, o modo como as audiências alemãs reagiram aos filmes que viram, ainda que hoje se admita que o estudo das audiências seja fragmentário e incompleto, e que por isso resulte numa observação de limitado poder científico (pelo menos tendo em conta os modelos aos quais os analistas contemporâneos aspiram).

No que ao contexto das reacções do público diz respeito, *Triumph des Willens* merece no cinema de propaganda um lugar especial, pois ele é o filme mais emblemático da propaganda Nazi, senão mesmo o filme de propaganda mais emblemático de sempre, o que nos remete imediatamente para diversas questões: Porquê? Como conquistou o filme de Reiffenstahl essa aura? Sem dúvida que a qualidade técnica, aliada a uma realização singular para a altura, contribuiu de sobremaneira para a consagração de *Triumph des Willens*, mas será que o seu crédito se deve à eficácia do seu propósito enquanto filme de propaganda? E que propósito era esse? (podemos nós perguntar), já que, afinal de contas, o filme parece apenas documentar, de forma aparentemente cronológica, o congresso Nazi em Nuremberga a 10 de Setembro de 1934?

Lembremo-nos, no entanto, do trabalho de investigação de Erwin Leiser sobre o filme de Reiffenstahl, o qual constatou que jamais os propagandistas se preocuparam em produzir outra obra do género, tal tinha sido o seu sucesso na contribuição para a construção do mito hitleriano. Na verdade, *Triumph des Willens* acaba por ser um filme acerca de Hitler e não dos eventos que ali se retratam, e os dez primeiros minutos são uma montra disso mesmo. O filme abre com um plano das nuvens por onde rompe, breves momentos depois, um avião. Do ar vislumbra-se depois a cidade medieval de Nuremberga onde, nas ruas, marcham milhares de soldados do regime. O avião aterra e Hitler surge sob a adulação de uma enorme multidão. A partir daí a câmara segue Hitler – de forma tecnicamente irrepreensível – a caminho do centro da cidade na sua limusina. A criteriosa escolha da posição da câmara, da escala de plano, do seu ponto de vista, e da sua justaposição na montagem não é de todo alheia à significação deste majestoso início: o Führer desde das nuvens como um Deus para saudar os seus fiéis, cujas expressões revelam a intensidade da sua paixão e adoração. No entanto, apesar das suas inerentes qualidades foi – como já se disse – precisamente por altura da exibição de *Triumph des Willens* que a popularidade de Hitler entrou em declínio, muito devido às condicionantes socioeconómicas que se viviam na altura.

Será também importante salientar que as actualidades germânicas apenas se mostraram verdadeiramente populares quando expunham boas notícias, o que nos leva a crer que o seu sucesso era bastante mais motivado pelas boas novas do que propriamente pela sua qualidade cinematográfica, ou capacidade de entreter o espectador<sup>66</sup>. Assim, apesar de Goebbels ter edificado, de forma inteligente, um império propagandístico com – aparentemente – todos os atributos necessários para vingar, uma análise que recaia unicamente na recepção dos filmes por parte da população evidencia, de novo, mais as limitações deste tipo de cinema do que as suas aptidões para contagiar e transformar as atitudes e ideologias de uma população. Quando a Alemanha sofria reveses na frente de batalha, a população continuava a ir ao cinema mas evitavam assistir à actualidade filmada. O apelo da imagem em movimento como propaganda ao serviço do regime transfigurava-se, e o cinema assumia o seu carácter eminentemente lúdico ao proporcionar, sobretudo, preciosas horas de evasão das realidades do conflito.

---

<sup>66</sup> A este respeito ver os inúmeros relatórios Nazis citados por WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983.

Para a análise deste caso de estudo em particular (e da forma como ele pode ser um caso paradigmático no estudo da eficácia do cinema de propaganda em geral), não podemos deixar de referir uma substancial diferença no modo como a propaganda alemã se tentou adaptar à realidade da sua população pois, por comparação com o que os ingleses e os bolcheviques tinham feito, os Nazis preocuparam-se verdadeiramente em desenvolver um sofisticado aparelho de monitorização da opinião pública do qual existem, ainda hoje, inúmeros relatórios que nos permitem analisar a eficácia do seu cinema à luz de dados concretos.

Dito isto, e apesar de – mais uma vez – se constatar que o cinema de propaganda Nazi ficou algo aquém dos desígnios que lhe tinham sido originalmente traçados, há que não menosprezar o seu contributo para consubstanciação do regime. Afinal, foi ele um dos principais motores do impacto que as ditas conquistas de Hitler tiveram na opinião pública já que, mesmo que a imprensa e a rádio fossem o principal veículo de informação sobre as operações militares do regime, as actualidades filmadas desempenharam um considerável papel nesse contexto. De qualquer forma, e apesar de todo o empenho que Goebbels colocou na criação de um dos mecanismos propagandísticos mais inauditos para a época, verifica-se hoje que o cinema de propaganda Nazi foi incomparavelmente mais eficaz a reforçar ideologias e atitudes já existentes na população, do que o foi a instigar ou modificá-las.

## CAPÍTULO IV

### O FILME REALISTA INGLÊS NA IIª GRANDE GUERRA

Nos vinte anos que separaram as duas grandes guerras observaram-se enormes mudanças na sociedade inglesa. Em 1939 praticamente toda a população letrada lia o jornal de Domingo, e mesmo a grande maioria lia o jornal diário.<sup>67</sup> Assim, a cultura política da população britânica que o governo encarava na véspera do conflito era verdadeiramente diferente daquela que tinha existido por alturas da primeira grande guerra. A comunicação de massas para um eleitorado de massas era agora uma realidade.

Pouca informação sobre a propaganda inglesa da primeira grande guerra tinha sobrevivido até aos dias de hoje, e aquela que ainda estava disponível mostrava-se, muitas vezes, falaciosa numa altura em que se acreditava deveras necessário planear medidas no sentido de despertar a – enfraquecida – moral popular. Foi assim que em Outubro de 1935 – e como já tinha sido feito em 1918 – ao MoI fora confiada a tarefa de gerir a propaganda inglesa. Há que, no entanto, fazer uma importante ressalva pois, para além da propaganda, O MoI tinha agora responsabilidades acrescidas no sector noticioso, sobre o qual também teria de exercer “controlo da informação de acordo com as necessidades”<sup>68</sup> do governo e, como se pode antever, este paradoxo constituía um problema. Tal como Nicholas Pronay defendeu, notícias e censura são conduzidos por imperativos contraditórios e, enquanto que as notícias se ocupam de fornecer informação, a censura trata de controlar o acesso a essa informação.<sup>69</sup> Infelizmente, o que brotou desta problemática foi um sentimento de cautela e suspeita sobre a população britânica por parte daquele órgão ministerial, e quando finalmente o MoI percebeu que podia realmente confiar na sabedoria do seu povo, a relação entre a população e os propagandistas era – também ela – paradoxal, pois ao invés da propaganda liderar a opinião pública, constatava-se precisamente o contrário.<sup>70</sup> Esse facto fez com que, depois

---

<sup>67</sup> Em 1939, 69 por cento da população que tinha mais de 16 anos lia o jornal diário, e 82 por cento lia o jornal de Domingo. Sobre esta temática ver STEVENSON, John, *The Penguin Social History of Britain: British Society 1914-1945*, Penguin, 1990, pp. 402-403

<sup>68</sup> McLAINE, Ian, *Ministry of Morale: Home Front Morale and the Ministry of Information in World War II*, London, 1979, p. 26.

<sup>69</sup> Este argumento foi amplamente desenvolvido por Pronay no seu livro *Politics, and Film, 1918-1945*, London, 1982, pp. 173-208.

<sup>70</sup> Um exemplo paradigmático disso mesmo reflecte-se na forma como os ingleses viam com cepticismo a futura reconstrução do país no período pós-guerra, o que, em conjunto com a intolerância de Winston Churchill em querer abordar o assunto, condicionou o desenvolvimento de propaganda adequada que fosse capaz de manter, durante o conflito, a estabilidade moral no seio da classe operária britânica.

do verão de 1941, o MoI compusesse a sua estratégia propagandística assente numa necessária correspondência entre os seus objectivos e a cultura política da população britânica. Se a nação se sentia empenhadamente unida na forma como considerava necessário combater a propagação do nazismo, isso não queria dizer que ela faria tudo o que o governo lhe dissesse para fazer. O povo britânico que amadurecera durante o interregno das duas grandes guerras (agora mais culto, informado, e por isso mesmo mais crítico), demandava tanto por informação como por liderança.

Nesta conjuntura, o cinema de propaganda britânico não conheceu dias felizes logo no início do conflito. Pensara-se que os cinemas, como locais que concentravam um grande número de pessoas, seriam dos primeiros alvos a abater pelas bombas germânicas e, por isso, foi ordenado que todos os cinemas, teatros, e recintos abertos que acolhessem iniciativas do género fossem encerrados. No entanto, algumas semanas depois de iniciado o conflito veio-se a constatar que as previsões estavam erradas e, no início de Novembro, praticamente todos os cinemas estavam abertos, algo que proporcionava aos propagandistas uma excelente oportunidade, já que, para além das visitas ao cinema estarem largamente enraizadas na classe operária britânica, assistiu-se – durante os anos 30 – ao crescimento de uma audiência também constituída pela sua classe média. No total, em cada semana cerca de 20 milhões de pessoas iam ao cinema, e se a produção dos estúdios nacionais se dedicava, maioritariamente, à comédia, ao crime, e aos musicais (géneros onde apenas parte da população era representada<sup>71</sup>), os filmes factuais, nomeadamente os travelogues e/ou as actualidades filmadas, constituíam quase sempre a primeira parte da sessão e, curiosamente – e ao contrário do que acontecera em alguns períodos com as actualidades Nazis – gozavam de uma excelente aceitação por parte do público inglês de tal forma que, em 1939, a actualidade filmada menos popular conseguiu chegar a uma quantidade de espectadores que ultrapassou o número de leitores do jornal diário mais lido em Inglaterra. Será, por isso, curioso constatar que poucos cinemas se tenham mostrado verdadeiramente disponíveis para exhibir outro tipo de filme factual, ao qual John Grierson apelidou de “Documentário”,<sup>72</sup> movimento esse conscientemente iniciado com o aval do então secretário do Empire Marketing Board, Stephen Tallents, e que, não só deu origem ao filme *Drifters* realizado por Grierson em

---

<sup>71</sup> A este propósito consultar RICHARDS, Jeffrey, *The Age of the Dream Palace: Cinema and Society in Britain, 1930-1939*, London, 1984, pp. 245-256.

<sup>72</sup> John Grierson usou, pela primeira vez em 1926, o termo “filme documental” a propósito do filme *Moana* de Robert Flaherty. Para uma introdução às teorias e trabalho de John Grierson consultar AITKEN, Ian, *Film and Reform: John Grierson and the Documentary Film Movement*, London, 1990.

1929, como veio a servir de modelo para uma nova forma de produzir e realizar o cinema factual.

Nos anos subsequentes, Grierson instruiu diversos cineastas instilando-lhes a sua convicção pessoal, muito influenciado por Walter Lippmann,<sup>73</sup> sobre a importância do filme factual, e do importante papel que ele poderia exercer na democracia moderna. O seu impacto na cultura cinematográfica britânica valeu-lhe o convite de Tallents para integrar – junto com os seus cineastas – o General Post Office uma vez encerrado o Empire Marketing Board, dando início aquela que se veio a tornar a mais conhecida produtora de filmes documentais no país, a GPO Film Unit onde, em 1930, já trabalhavam perto de sessenta cineastas responsáveis pela produção de cerca de 300 filmes, muitos dos quais com reconhecido mérito nacional e internacional.

De qualquer forma, e apesar da crítica favorável, o movimento do cinema documental nunca conseguiu convencer a indústria do cinema comercial que poderia vir a existir uma audiência massificada para os seus filmes. Assim, com uma ou outra honrosa excepção (como é o caso de *Night Mail* de 1936), os filmes produzidos pela GPO nunca chegaram a muitos espectadores, tendo sido, na sua maioria, exibidos para audiências muito mais reduzidas fora do âmbito do cinema comercial. A este respeito, fora apenas depois de um período conturbado na história do MoI Films Division (marcado pela liderança de Sir Joseph Ball), que finalmente se inicia, em Janeiro de 1940, um novo rumo nas estratégias propagandísticas daquele ministério. Para isso muito contribuiu Kenneth Clark (sucessor de Ball), que começou, na sua chefia, logo por apresentar ao comité do MoI um compreensivo Programa para o Cinema de Propaganda (*Programme for Film Propaganda*), onde, entre outras medidas, pretendia erradicar o preconceito contra o cinema documental, ressaltando a sua igualdade por comparação com a ficção e as actualidades filmadas. O MoI definira agora três temas principais para a sua propaganda filmada (*What Britain is Fighting For; How Britain Fights; The Need For Sacrifice if the Fight is to be Won*), e cada um dos géneros de cinema iria contribuir de forma singular para que se produzissem resultados nessas três frentes.

Assim, filmes de longa-metragem – maioritariamente de ficção – pretendiam abordar diversas temáticas que fossem capazes de reflectir a razão “pela qual lutava a Grã-Bretanha”. Os filmes que representavam o modo de vida inglês e o carácter da sua

---

<sup>73</sup> Lippmann foi um comentador político americano, redactor, e editor-chefe do *New York World* a partir de 1921, defendendo (entre outras teorias), que à população comum faltava o conhecimento necessário para que ela desempenhasse, convenientemente, o seu papel na democracia moderna.

população eram o espelho da independência daquele povo, da sua resistência, simpatia, etc. Os que tinham como “pano de fundo” as instituições Britânicas deveriam ser produzidos dentro de um contexto histórico, enaltecendo as conquistas inglesas, a sua luta pela liberdade e os consequentes reflexos dessa luta no mundo, enquanto os filmes sobre o inimigo retratavam os ideais germânicos, as suas instituições e história recente de modo manifestamente sinistro.

Por outro lado, uma série de novos filmes factuais deveriam ser produzidos de modo a demonstrar “Como lutava a Grã-Bretanha”. Mais uma vez, as actualidades filmadas desempenhavam, aqui, um importante papel, mas a importância dada ao realismo por esta altura era de tal forma que, mesmo os filmes de ficção eram encorajados a incluir alguns elementos factuais no sentido de enfatizar a forma como as audiências compreendiam a natureza do conflito.

Por sua vez, os objectivos de “A necessidade de sacrificio se queremos ganhar a guerra” seriam alcançados na forma como os filmes que serviam os dois primeiros temas seriam feitos. Assim – por exemplo – o carácter do povo britânico (aflorado na primeira temática), seria ao mesmo tempo capaz de evidenciar um povo disposto a grandes sacrificios espelhando – como se tinha já referido a propósito desse género – a concordante sede de independência.

Mas as reformas no seio do cinema de propaganda inglês não se ficaram por aqui. Para além de ter identificado as ideias chave que esse cinema deveria comunicar, o novo programa do MoI revelava aquele que considerava o principal requisito para o seu sucesso: O cinema de propaganda tinha que ser bom entretenimento se queria ser boa propaganda. O MoI defendia assim que qualquer filme “chato” antagonizava a audiência, e que, tal como defendia Goebbels, a propaganda seria tão mais eficaz quanto menos o público se apercebesse dela. O conflito tinha-se iniciado a apenas quatro meses e o MoI tinha já definido claramente a sua estratégia para o seu cinema de propaganda. Até Fevereiro de 1940 Kenneth Clark encomendara já 32 filmes factuais e, por essa altura, ele analisava com Michael Powell a conjuntura do cinema emergente no país, dando origem à produção daquele que foi o único filme comercial de longa-metragem financiado, em parte, por capitais públicos: 49<sup>th</sup> Parallel.

Clark fora depois substituído por Jack Beddigton (criador da antiga Shell Film Unit), e com a estreita relação que ele parecia manter com muitos dos realizadores de cinema documental, esperava-se que a sua liderança motivasse a prosperidade desse tipo

de cinema, o que, na verdade, não se veio a verificar. Enquanto que Beddigton apoiava a – já introduzida – medida de exibir pequenos filmes factuais no início de cada sessão de cinema, ele mostrava-se relutante em relação à necessidade de filmes documentais de maior duração. Beddigton considerava esse cinema demasiado esotérico para ser compreendido pela maioria da população, e foi sob esse pressuposto que ordenou o reencaminhamento dos esforços da Film Division na produção de actualidades filmadas, o género que ele considerava como “o mais importante dos três géneros de cinema para os propósitos propagandísticos”<sup>74</sup> do estado, tendo sido, inclusive, bastante crítico em relação ao apoio que Clark dera a Michael Powell para a produção de *49<sup>th</sup> Parallel*, recomendando que o estado jamais financiasse filmes do género. Por outro lado, a Films Division compreendeu que, mesmo abandonando a sua política inicial de financiamento directo, necessitava de desenvolver alguma forma de balizar o cinema de ficção de longa-metragem dentro dos ideais propagandísticos do governo, e esse era o principal objectivo de Beddigton por esta altura que, em última análise, conduziu a uma estratégia muito próxima à aplicada por Goebbels na Alemanha Nazi: As longas-metragens seriam supervisionadas, de perto, pelo MoI, sendo que o público deveria ser mantido na ignorância no que diz respeito a tal participação do governo nessa tarefa.

Sabia-se que o cinema desempenhava uma importante função social no seio da população britânica mas, ao mesmo tempo, defendia-se que essa função apenas seria exercida se os cinemas exibissem os filmes que as suas audiências queriam ver. Hollywood continuava a ser o grande rival e o cinema inglês teria de ser capaz de competir com o americano no seu próprio terreno. Assim, o MoI preocupou-se em fomentar um novo cinema realista e, nesse sentido, defendia que a produção de filmes de ficção se centrassem na vida quotidiana da sua população insistindo na necessidade de mostrarem “grande qualidade e, o cinema ‘não propagandístico’, que o estado tinha todo o gosto em financiar, deveriam assumir a forma de filmes realistas sobre o quotidiano...”<sup>75</sup>

A insistência do MoI no filme realista encontrava, de qualquer forma, expressão na importância que as actualidades filmadas continuavam a desempenhar na propaganda inglesa, apesar de pouca coisa ter mudado no seu estilo desde o período que anteceder a

---

<sup>74</sup> ALDGATE, Anthony, e RICHARDS, Jeffrey, *Britain Can Take It: The British Cinema in the Second World War*, New Edition, Tauris, 2008, pp. 31.

<sup>75</sup> Noticiado no *Kinematograph Weekly* a 30 de Julho de 1942, citado por ALDGATE, Anthony, e RICHARDS, Jeffrey, *Britain Can Take It: The British Cinema in the Second World War*, New Edition, Tauris, 2008, pp. 12.

guerra. Elas continuavam a insistir no comentário em *Voz Off*, feito por alguém do sexo masculino com um acento que se assemelhava ao usado pela classe média superior, sistematicamente aborrecendo a audiência na forma como queira induzi-la a perceber aquilo que estavam a ver. No entanto, o agora – mais – vincado sentimento nacionalista que os filmes transpiravam exerciam, por paradoxal que possa parecer, um efeito repelente nas audiências, ao contrário do que se passara, por exemplo, no período pré-guerra (onde as actualidades filmadas gozavam de reconhecido sucesso).

A este propósito, um operador de câmara da Pathé criticava acerrimamente o exaustivo uso de uma *Voz Off* exageradamente propagandista, defendendo que estava na altura das actualidades filmadas se apoiarem, especialmente, na exibição directa do seu conteúdo filmado com um mínimo de exposição narrativa em *Voz Off*,<sup>76</sup> algo que o próprio MoI percebeu mais tarde à luz dos estudos efectuados sobre a opinião pública inglesa, e que conduziu, de certo, a uma maior abertura ao estilo documental defendido por Grierson e a GPO Film Unit. Na verdade, depois de 10 anos a observar o quotidiano inglês, parecia fácil para estes cineastas desenvolverem um cinema que conseguisse ir ao encontro daquilo que a Films Division tinha inicialmente previsto para o papel do cinema como comunicador das crónicas britânicas no conflito. *The First Days*, produzido pela GPO a 1939, parecia revelar um futuro promissor nesse aspecto. Pela primeira vez, um filme dava ao público uma verdadeira noção de como a guerra estava a modificar Londres.

Apesar do sucesso de *The First Days*, era notório que muito ainda havia por fazer. A Films Division percebera que a produção dos filmes levava tempo demais e que, por causa disso, muitas das circunstâncias retratadas nos filmes tinham-se alterado aquando da sua exibição. Por essa razão, 17 dos 28 documentários que se previam produzir nos primeiros dez meses de guerra foram abandonados. Foi preciso mais um ano para para a Films Division e os seus cineastas desenvolverem uma estratégia que fosse capaz de encontrar uma verdadeira correspondência com a cultura emergente do quotidiano inglês em período de guerra. Foi ela, a comissão de curtos filmes de cinco minutos que, não só deveriam ser produzidos semanalmente, como se pretendia que eles fossem exibidos com a mesma frequência sem qualquer custo para o cinema. Sem

---

<sup>76</sup> Entrevista com Kenneth Gordon, transcrita em RICHARDS, Jeffrey, e SHERIDAN, D., *Mass Observation at the Movies*, London, 1987, pp. 422.

dúvida, e como atestaram os relatórios do MO (Mass-Observation<sup>77</sup>), a iniciativa dos documentários de cinco minutos representaram o início de um período bastante mais favorável para a Films Division, e o reconhecimento que eles eram bem mais populares do que as actualidades filmadas.<sup>78</sup>

O mais importante destes curtos filmes iniciais foi, sem dúvida, *Britain Can Take It*. O filme gozou de enorme reconhecimento, algo que se constata no relatório do MO de Julho de 1941, onde se pode ler que ele fora o filme mais bem sucedido do MoI até então, “recebendo nada mais que grandes elogios”.<sup>79</sup> Tinha demorado quinze meses mas parecia que, com *Britain Can Take It*, a Films Division tinha encontrado a estratégia adequada para seduzir, de modo conveniente, o público inglês em período de guerra. Afinal, os ideais do primeiro encontraram uma verdadeira correspondência com a ideologia da população e, desta forma, não só conquistaram facilmente a sua aceitação, como também os cineastas se viram agradavelmente valorizados pelo franco investimento público nos seus projectos o que, em última análise, conduziu a um período bastante fértil, não só na produção, mas acima de tudo na criação de novos modelos para o cinema, como o atestam a colaboração de Stewart McAllister e Humphrey Jennings, colaboração essa que produziu alguns dos mais emblemáticos filmes desse período, como *Fires Were Started* e *Listen to Britain*.

No entanto, por imensamente importantes que muitos desses filmes tenham sido, apenas alguns chegaram verdadeiramente à audiência massificada dos cinemas, já que constituíam uma exígua percentagem dos filmes de ficção que a população consumia avidamente durante esse período. A Films Division sempre reconheceu que a capacidade do cinema para atrair espectadores estava directamente relacionada com o estilo de filme que se mostrava mais popular entre as audiências e, por isso, o MoI adoptou a mesma estratégia que os Bolcheviques e os Nazis, nunca tendo a veleidade de querer inundar o mercado apenas com os seus filmes de propaganda.

---

<sup>77</sup> O arquivo do MO especializou-se na recolha de dados sobre a vida quotidiana inglesa. Actualmente, ele contém documentos recolhidos pelo Mass Observation Social Research Organization original (que funcionou desde 1937 até ao início dos anos 50), assim como nova informação recolhida de forma continuada a partir de 1981. O arquivo está, presentemente, entregue ao cuidado da Universidade de Sussex, e cuidadosamente alojado na livraria sob acesso restrito.

<sup>78</sup> Fifteen Ministry of Information Shorts, Mass-Observation Report prepared by Len England, 16 de Outubro de 1940, reproduzido em RICHARDS, Jeffrey, e SHERIDAN, D., *Mass Observation at the Movies*, London, 1987, pp. 425.

<sup>79</sup> Mass-Observation, Preliminary Report on Opinion about Ministry of Information Shorts, 24 de Julho de 1941, reproduzido em RICHARDS, Jeffrey, e SHERIDAN, D., *Mass Observation at the Movies*, London, 1987, pp. 442-443.

O MoI sabia, no entanto, que o filme de propaganda que não chegava ao seu público alvo era um filme sem qualquer utilidade e, por isso mesmo, tornava-se necessário ter uma noção – pelo menos aproximada – da popularidade dos filmes que produzia. Curiosamente (e apesar de não existirem estatísticas rigorosas do fluxo de bilheteira na altura), o filme mais popular em 1941 foi, sem dúvida, o 49<sup>th</sup> Parallel de Michael Powell, um filme que não conquistou a simpatia do MoI e, por essa mesma razão, o único do género a ser financiado pelo erário público. De qualquer forma, a ideia de uma Films Division que orquestrava secretamente uma campanha radical de filmes de esquerda é completamente despropositada. Os filmes mais populares deste período, principalmente as longas-metragens de ficção, são um exemplo paradigmático disso mesmo, já que nenhum deles seguiu uma única orientação instituída pelo MoI, reflectindo, sim, antes uma diversidade ideológica da população inglesa. Aliás, é talvez curioso constatar que alguns desses filmes tão populares junto dos espectadores britânicos (como *In Which We Serve* e *This Happy Breed*), adoptaram – ao contrário do que sempre defenderam as chefias propagandistas – uma linguagem complexa, mesmo ambígua em muitos momentos, delegando no espectador o trabalho de construir, no filme, o seu próprio significado ideológico. Tal como o movimento documental iniciado por Grierson tinha dado ao público inglês a oportunidade de, pela primeira vez, poder construir o significado dos seus filmes de forma mais aberta,<sup>80</sup> também a longa-metragem de ficção provou que o MoI deveria acreditar na cultura britânica, principalmente no modo como as audiências construía o significado dos filmes que viam. Essa mostrou-se, afinal, a principal razão pela qual determinados filmes conquistaram tão boa aceitação por parte do povo.

Todas estas considerações deixam-nos, no entanto, a ideia de que as directrizes de um organismo tão elaborado e metódico como o MoI de pouco serviram para motivar e levantar a moral da população britânica no período mais difícil da guerra. No entanto, se existem algumas certezas quanto ao contributo do cinema inglês para a moralização da sua população elas encontra-se, sem dúvida, na forma como o cinema preencheu o nicho de uma pertinente necessidade social. Nas palavras de Guy Morgan:

“Eles esperavam pacientemente às escuras enquanto os aviões sobrevoavam por cima das suas cabeças; eles assistiam às sessões enquanto o edifício tremia por causa dos

---

<sup>80</sup> Lembremo-nos a este propósito que, até aos filmes produzidos pela GPO, a *Voz Off* das actualidades filmadas insinuava, de forma explícita, que ilações os espectadores deveriam retirar do filme que estavam a visionar.

bombardamentos ali perto (...) Eles chegavam com cobertores e garrafas de água quente quando o aquecimento falhava e, quando parte do telhado era destruído e a chuva entrava, eles deslocavam-se para uma parte mais seca do cinema (...) Muito longe de subscrever a previsão oficial do cinema como uma armadilha mortal, os espectadores olharam-no como um refúgio e um escape.”<sup>81</sup>

Mais, essas poucas horas no cinema ofereciam um breve, mas necessário repouso depois de um duro dia de trabalho. Um hiato nas ansiedades, no cansaço e no terror que era o dia-a-dia do conflito. Este facto deixa-nos, contudo, a mãos com um certo paradoxo. Se, por um lado, os filmes mais bem sucedidos foram aqueles que mais se afastaram das orientações iniciais do MoI e mais aproximavam das ideologias dos seus espectadores, por outro constata-se que, em conjunturas muito particulares, os filmes não precisam de ser necessariamente escapistas para levar uma audiência massificada aos cinemas. Em determinada altura do trajecto, os espectadores perceberam que ficavam igualmente satisfeitos assistindo a filmes tão diversos que iam desde *The First of the Few* até *This Happy Breed*, passando por filmes como *Let George Do It*, ou *Bambi*.

Para esta acepção, muito contribuiu o “Diário de Guerra” de um espectador anónimo que se encontra parcialmente transcrito no estudo de Guy Morgan sobre o cinema deste período. Nele pode ler-se:

“Ele manteve a nossa moral elevada. Ele afastou das nossas mentes e dos nossos corpos as piores tensões. Nenhuma outra forma de descontração tem sido tão bem sucedida no auxílio a ultrapassar este fardo – o medo e a solidão, o desconforto e a exaustão (...) Portanto as pessoas vão ao cinema, desfrutam dos filmes, e tudo fica melhor com os filmes.”<sup>82</sup>

Esse foi, de facto, o grande papel que o cinema britânico da segunda grande guerra desempenhou, ao qual os filmes de propaganda (pelos quais a Films Division do MoI deve, claramente, receber os devidos créditos), não foram alheios, contribuindo com a sua quota-parte num processo que, apesar de imperfeito, foi um feito extraordinário.

---

<sup>81</sup> MORGAN, Guy, *Red Roses Every Night. An Account of London Cinema Under Fire*, London, 1948, p. 11.

<sup>82</sup> Passagem do “Diário de Guerra” de um espectador anónimo, transcrito em MORGAN, Guy, *Red Roses Every Night. An Account of London Cinema Under Fire*, London, 1948, p. 67.

## ILAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO IV

Pensar que os filmes de propaganda britânicos tiveram – no geral – imenso sucesso é, neste caso em particular, camuflar o fracasso que as actualidades e o movimento documental representaram na transformação ideológica da população inglesa por comparação com o filme de ficção – esse sim, capaz de impor finalmente o seu êxito sem sequer se preocupar em responder às orientações do MoI. É correcto constatar que as actualidades realizadas no período pré-guerra foram bastante populares (o que pode contribuir para uma análise algo paradoxal neste caso em particular), mas se atendermos à forma como o MoI sempre defendeu a crítica importância da actualidade filmada no contexto da sua política de propaganda, então teremos de concordar que a incapacidade do filme realista em manter a popularidade dos filmes iniciais só pode ser considerado como um enorme fracasso. Se Kenneth Clark se mostrou algo receptivo e quis imprimir um novo rumo ao cinema britânico sob a alçada do MoI, a sua substituição por Jack Beddigton veio limitar a concretização de filmes documentais de longa-metragem (para os quais não via utilidade), acabando a GPO Film Unit por encontrar novas formas de quebrar com a – altamente criticada – rigidez propagandística das actualidades promovidas pelo MoI, principalmente na forma como abandonaram a deliberada exposição narrativa em *Voz Off*, e começaram a dar especial atenção à fotografia e à montagem como fundamentais pilares de significação dos seus filmes, algo que pode ser constatado em *Listen to Britain*, sem dúvida um dos mais emblemáticos filmes do movimento de cinema documental britânico, ainda assim um filme com uns “escassos” 20 minutos de duração.

O povo britânico amadurecera durante o interregno das duas grandes guerras e era, agora, mais culto, informado, e por isso mesmo mais crítico. No entanto – e tal como acontecera com o cinema avant-garde soviético – o cinema documental defendido por Grierson e seus discípulos parecia ser demasiado erudito para a maioria da população, levando a Films Division a reconhecer que a capacidade do cinema para atrair esses espectadores estava directamente relacionada com o estilo de filme que se mostrava mais popular entre as audiências. Talvez por isso, o MoI adoptou a mesma estratégia que os Bolcheviques e os Nazis, acabando por nunca ter invadido o mercado apenas com os seus filmes de propaganda mais realistas, conduzindo às reformas no seio da propaganda inglesa e à germinação da ideia que o cinema deveria comunicar a sua mensagem num

filme que, acima de tudo, fosse capaz de entreter a audiência – o filme de propaganda tinha que ser bom entretenimento se queria fazer passar a sua mensagem.

Era visível o papel que o cinema desempenhava como motor social no seio da população britânica mas, ao mesmo tempo, defendia-se que esse papel apenas seria cumprido se os cinemas exibissem os filmes que as suas audiências queriam ver. O MoI defendia assim que qualquer filme “chato” antagonizava a audiência e que, tal como defendia Goebbels, a propaganda seria tão mais eficaz quanto menos o público se apercebesse dela. Será, por isso, fácil de constatar a razão porque poucos cinemas se tenham mostrado disponíveis para exibir a nova vaga de filmes da GPO, unidade que produzia filmes a que o próprio Jack Beddigton alcunhava de “demasiado esotéricos”.

Mas a GPO encontraria, mesmo assim, o caminho para um sucesso relativo ao iniciar a produção de filmes de duração mais curta, dos quais Britain Can Take It é um exemplo paradigmático, e que depois – de uma ou outra forma – foi replicado noutros tantos filmes. De qualquer forma, e apesar da crítica favorável, o movimento encetado por Grierson nunca conseguiu convencer a indústria do cinema comercial que poderia vir a existir uma audiência massificada para os seus filmes e, desse modo, a sua distribuição foi sempre bastante limitada o que acabou por condicionar o seu visionamento pela maioria dos espectadores. Nesse sentido – e à semelhança do que acontecera com o cinema de propaganda que o precedeu – o filme de propaganda inglês (sejam as actualidades, o documentário, ou a ficção), falhou redondamente.

Há, no entanto, que ponderar sobre o seguinte: se, como já referimos, a sua ficção de propaganda foi capaz de conquistar um espaço privilegiado junto da população britânica, ela fê-lo não pelas suas qualidades evangelizadoras mas sim por razões alheias aos intentos do governo. Cansados de ser incessantemente dirigidos pelas insinadoras Vozes Off que caracterizavam o filme de actualidade, o espectador acabou por reagir positivamente aos filmes que começavam a deixar espaço para que neles as audiências construíssem o seu próprio significado. O estrato populacional inglês – agora mais informado e consciente – não se deixava já contagiar pelas tácticas propagandísticas de outrora, e é neste contexto que importa lembrar que os filmes ingleses de maior sucesso por alturas do segundo conflito mundial não responderam a qualquer directiva do MoI. Nesse sentido, há uma importante questão que fica por responder: Se uma das prerrogativas do cinema da GPO Film Unit era exactamente o facto de omitir a habitual eloquência da Voz Off que caracterizava os restantes filmes realistas, teria o movimento

documental conhecido outro tipo de sucesso caso se investisse seriamente na sua distribuição?

Na verdade, o cinema assumia-se na altura como o principal anti-depressivo num período marcado pelas angústias e incertezas de um povo em guerra e, para esse papel, tanto contribuíram o filme de ficção como – em pouca medida, é certo! – o filme realista, atestando que em conjunturas tão particulares como aquela, os filmes não precisam de ser necessariamente escapistas para serem bem sucedidos nas bilheteiras. Neste aspecto em particular, convém recordar o esforço que o cinema de propaganda veio a efectuar no sentido de se afastar de uma linguagem de apelo mais directa, para começar a adoptar uma que desse à população uma visão peculiar do que deveria ser o sentimento nacionalista em prol da construção da nação espelhando, dessa forma, o pluralismo das necessidades da sua população. Foi Aldus Huxley que disse:

“Propaganda política e religiosa é – aparentemente – eficaz, apenas naqueles que já estão, em parte ou no seu todo, convencidos da sua verdade... O curso da história é ondulatório, porque (entre outras coisas), o homem e a mulher auto-conscientes se cansam facilmente de uma forma de pensar e sentir que perdura mais que um certo período de tempo. A propaganda dá força e direcção aos sucessivos desenvolvimentos do desejo e dos sentimentos; mas não faz grande coisa para originar esses impulsos. O propagandista é um homem que canaliza uma corrente já existente. Numa terra onde não existe água, o homem cava em vão”.<sup>83</sup>

Se atendermos às palavras de Huxley veremos que, mesmo que o cinema de propaganda inglês não se tivesse mostrado eficaz na doutrinação, ou reformulação ideológica do seu povo, rapidamente constatamos que, na prática, ele foi um claro exemplo dessa propaganda.

---

<sup>83</sup> HUXLEY Aldous., Notes on Propaganda, Harpers Monthly Magazine, Vol. 234; Dezembro de 1936, p.34-39; Citado por TAYLOR, Richard, Film Propaganda, Soviet Russia and Nazi Germani, I.B. Tauris, 1998, p. 23

## CAPÍTULO V

### O FILME REALISTA PORTUGUÊS DA MISSÃO CINEGRÁFICA

No 6º episódio – O Cinema – da sua autobiografia publicada pela Cinemateca de Lisboa, ALR começa por dizer:

“Num livro dedicado à minha filmografia, seria redundante deter-me demoradamente sobre os filmes de que fui realizador ou produtor. Limitar-me-ei portanto a evocar as diversas fases da minha carreira cinematográfica, e aqueles que nela me deram apoio e me animaram a prosseguir-la”.<sup>84</sup>

Reflectamos então sobre o intento de ALR para este “episódio”, sobretudo na forma como ele se predispõe a fazer uma resenha das fases da sua carreira e, não menos importante, as pessoas que lhe deram o apoio para que ALR nela singrasse. Neste contexto lembremo-nos, contudo, do nosso objecto de estudo: a Missão Cinegráfica.

O referido “episódio”, chamemos-lhe capítulo daqui em diante, começa na página 29 da sua autobiografia e termina na página 40. São portanto 11 páginas de uma reflexão onde ALR não menciona, nem da forma mais sucinta, qualquer filme que tenha realizado no âmbito da Missão Cinegráfica! No entanto, termina – como diz – esse “episódio com duas anedotas, na acepção histórica do termo”,<sup>85</sup> anedotas essas que remetem para a estreita ligação que tinha com aquele que veio a ser, em 1933, nomeado director do Secretariado de Propaganda Nacional – António Ferro – o qual viria mais tarde a ter um papel activo e determinante na iniciativa que levou ALR e Brito Aranha às ex-colónias.

Das dezenas de documentários que realizou, ALR apenas destaca os das Comemorações do Duplo Centenário de 1940, altura pela qual já tinha acabado de rodar alguns dos filmes que o levaram ao continente africano. A verdade é que, inexplicavelmente, a Missão parece ser um parente moribundo, sendo sistematicamente obliterada a ponto de nem mesmo os livros que se ocupam de fazer breves análises das obras realizadas nessa época,<sup>86</sup> parecerem ter conhecido os filmes que se fizeram no

---

<sup>84</sup> PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, António Lopes Ribeiro, Cinemateca Portuguesa, 1983, Lisboa, p. 29

<sup>85</sup> Ibid, p. 39

<sup>86</sup> Um exemplo paradigmático pode ser encontrado na obra “O Panorama do Cinema Português”, que começa a sua análise na década de 30 com filmes como A severa; canção de lisboa, aldeia da roupa branca,

âmbito daquela que foi uma das mais notáveis iniciativas do cinema de propaganda nacional!. É por isso um tema que necessita de ser desbravado e, nesse sentido, nada melhor que começar por conhecer (ainda que de forma muito sucinta), o homem que foi o responsável pela visão artística dos filmes que dali forma originados.

ALR frequentava o cinema assiduamente desde os seus 9 anos. Dado o visível interesse que a criança já demonstrava por aquela arte, o pai decidira oferecer-lhe – como prémio da sua passagem para a 4ª classe – uma Kodak “Vest Pocket” de 9,5mm e um projector Pathé Baby do mesmo formato.

Crítico de cinema, ocupou-se desde 1928 da tradução das legendas dos filmes da Paramount. Nesse contexto, o visionamento antes da estreia, primeiro dos filmes mudos e depois dos filmes falados, permitiu-lhe analisar de forma atenta a forma como cada realizador usava a câmara e a montagem o que, a par das inúmeras revistas que lia sobre o assunto (Mon Ciné; Cinéa-Ciné, Cine Miroir, Picture Show, entre outras) – “preciosos compêndios de pedagogia cinematográfica”<sup>87</sup> como lhes chamava – lhe permitiu adensar os seus conhecimentos na área do cinema.

ALR realiza o seu primeiro filme, Uma Batida em Malpique, no âmbito da então recente iniciativa do governo português presidido pelo general Domingos de Freitas, com o general Vicente de Freitas como ministro do interior, e o seu filho, Major Óscar de Freitas, como inspector dos espectáculos: a “Lei dos 100 metros”.

Nazaré, Praia de Pescadores foi um filme realizado por Leitão de Barros, defensor (assim como ALR), pela renovação do cinema português. O filme, que foi uma espécie de remake em 35mm de um outro (rodado com a Kodak de ALR anos antes), fora bastante aclamado pela crítica, o que levou a uma parceria entre Leitão de Barros e ALR (assistente de realização do primeiro), em Lisboa, Crónica Anedótica, o maior sucesso daquele ano. Sedentos de adquirir mais conhecimentos na área, os dois decidem visitar os mais importantes estúdios na Europa, começando por Paris onde conheceu H. Da Costa (o qual fornecia os filmes da Ufa para Portugal). Com ele partiu para a Alemanha, Berlin, onde teve a oportunidade de contactar, entre outros, com Fritz Lang (que na altura rodava “A Mulher na Lua”). Os seus contactos em Paris facultaram-lhe o

---

a canção da terra, e continua pelos anos 40 com O pai tirano, o pátio das cantigas, o costa do castelo, um homem do ribatejo, fado, história duma cantadeira, e serra brava, não mencionando qualquer filme realizado no âmbito da Missão Cinegráfica (levada a cabo por essa altura).

<sup>87</sup> PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, António Lopes Ribeiro, Cinemateca Portuguesa, 1983, Lisboa, p. 29

visto de entrada na Rússia, já que ALR vinha com um passaporte de “Missão Especial” fornecido pelo então ministro do interior, o que lhe permitiu visionar vários filmes que vieram depois a ser exibidos em Portugal, como são exemplos *A Linha Geral*, de Eisenstein, *A Mãe e Tempestade na Ásia* de Pudovkine, entre outros.

Para além do privilégio de visionar algumas das obras mais emblemáticas do período *avant-grade* do cinema soviético, a viagem de ALR a Moscovo permitiu-lhe travar conhecimento com os seus mais proeminentes realizadores, como Sergei Eisenstein, Dziga Vertov, Esfir Schub, e muitas outras personalidades ligadas ao teatro. “Foi uma experiência utilíssima para a minha carreira de cineasta”,<sup>88</sup> escreveu ALR.

A referência à viagem que António Lopes Ribeiro efectuou, e a experiência que dela retirou (como aliás referiu), é imprescindível para a aceção dos filmes que mais tarde veio a realizar. Com efeito, o contacto directo com um cinema ainda inacessível em território nacional – cinema esse que se demarcava dos demais pela originalidade, pela destreza do seu estilo e ruptura das barreiras convencionais, pela experiência, e pela tentativa de contribuir com algo novo, ou inovador – dava a António Lopes Ribeiro a oportunidade de poder chegar ao seu país com um conhecimento acrescido, não só sobre o poder que o cinema parecia – ou poderia – ter sobre os espectadores, mas também no que respeita a novas opções formais e estilísticas, tanto ao nível da produção como da pós-produção. As influências que António Lopes Ribeiro sofrera nessa viagem davam-lhe o conhecimento necessário para se poder consagrar como um dos mais versáteis cineastas portugueses dessa época o que, atestando as inúmeras obras que nos deixou realizadas sob a sua direcção, nos dá uma visão reveladora disso mesmo.

Foi a grande amizade que conservava com H. da Costa que lhe proporcionou a entrada no universo da realização ao lhe ser confiada a direcção de *Gado Bravo*, ainda que sob a supervisão de Max Nosseck (o qual lhe consigna depois – e inteiramente – a montagem do filme aquando da sua partida para Barcelona). Mas foi com António Ferro – o rosto da propaganda do regime – que o realizador inicia o período mais faustoso da sua longa carreira.

Não esquecendo a simbiose entre os ideais propagandísticos do regime e da sua Política do Espírito (onde António Ferro sempre defendeu o cinema como uma das principais armas para a “conversão dos descrentes”), e os crentes princípios de António

---

<sup>88</sup> PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, António Lopes Ribeiro, Cinemateca Portuguesa, 1983, Lisboa, p. 32

Lopes Ribeiro que o vieram a confirmar como um dos mais importantes realizadores do Estado Novo – e seu protegido – convém lembrar que a instrumentalização do cinema português não se fez de forma instantânea. Nos primeiros anos do Estado Novo a situação do cinema em Portugal revelava, não só os efeitos da grande depressão gerada pela quebra da Bolsa nova-iorquina em 1929, mas também a consequente adaptação da indústria às novas exigências do filme sonoro. Entre outros factores, o resultante aumento do custo de vida e o elevado grau de analfabetismo da população portuguesa veio a afastar o público das salas de cinema, acabando por resultar na estagnação da indústria cinematográfica nacional, vindo a ser a década da trinta caracterizada pela “comédia populista, pelo folclore rural, pelo filme histórico-patriótico, e pelo nacional-cançonetismo.”<sup>89</sup>

Como diz Eduardo Geada, “ O relativo sucesso comercial da maior parte destes filmes, sobretudo nos primeiros anos do sonoro, quando a curiosidade do público se não cansara ainda de tanta inaniidade, fez nascer nalguns produtores a ambição de uma produção contínua comercial que, a breve trecho, foi reduzindo os filmes aos chavões cómicos tradicionais...”<sup>90</sup> Ferro não simpatizava grandemente com a maioria do cinema de ficção que se produzia na altura (especialmente a comédia que apelidou de “cancro do cinema nacional”<sup>91</sup>), e foi, por paradoxal que possa parecer, a conjuntura socioeconómica determinada pela Segunda Grande Guerra que veio a exercer sobre o panorama do cinema nacional – e consequentemente sobre António Lopes Ribeiro como um dos seus embaixadores – a energia necessária para se colocar em prática a tão almejada manutenção de uma produção continuada em prol do êxito da indústria cinematográfica nacional. Como já tivemos oportunidade de referir, a Lei dos Cem metros,<sup>92</sup> publicada em Diário do Governo a 6 de Maio de 1927, não beneficiou a institucionalização de um cinema nacional de qualidade mas teve, por outro lado, na origem de grande parte da produção do cinema realista em Portugal que, em parte, se queria fazer participar nos intentos propagandísticos defendidos por Ferro que alimentou – logo em 1936 – a criação do Jornal Português de Actualidades e, ao mesmo tempo, a promoção de vários

---

<sup>89</sup> A este propósito ver GEADA, Eduardo, *O Imperialismo e o Fascismo no Cinema*, Moraes Editores, Lisboa, 1976, pp. 78-79.

<sup>90</sup> *Ibid*, p. 79

<sup>91</sup> Citado por GEADA, Eduardo, *O Imperialismo e o Fascismo no Cinema*, Moraes Editores, Lisboa, 1976, p. 79

<sup>92</sup> Que determinava, no artigo 136º: «Torna-se obrigatória, em todos os espectáculos cinematográficos, a exibição duma película de indústria portuguesa com um mínimo de 100 metros, que deverá ser mudada todas as semanas, e, sempre que seja possível, apresentada alternadamente, de paisagem e de argumento e interpretação portuguesa»

prémios, empréstimos e subsídios no âmbito da produção cinematográfica em prol do regime sob o olhar atento do Secretariado da Propaganda Nacional. Nas suas palavras, o SPN tinha como missão “Valorizar, dinamizar, multiplicar, se possível for, todas as actividades nacionais”, sublinhando – no discurso inaugural do Secretariado – que “Fazer hoje propaganda nacional interna ou externa é fazer propaganda, quer queiram, quer não, da obra empolgante da actual situação: estradas, novas esquadras, novas escolas e liceus, administração impecável, regime corporativo, assistência pública, princípios essenciais da nova Constituição, renovação moral e social, etc.”<sup>93</sup>

A natural aptidão do filme realista para se inscrever no propósito que Ferro enunciava, assim como o seu reduzido custo de produção por comparação com os filmes de ficção, foi, em parte, responsável pela maior proliferação daquele género cinematográfico no início da década de 30, no qual o SPN rapidamente investiu no sentido de assegurar o cinema nacional ao serviço da propaganda do regime,<sup>94</sup> tendo sido oficialmente reconhecido o cinema como bom propagador de ideias logo em 1932, com a criação da Comissão do Cinema Educativo pelo Decreto-Lei n.º 20859. Teve, com certeza, enorme influência o facto de o SPN ter reconhecido ao cinema o valor de “bom propagador de ideias” para o visível desenvolvimento desse género cinematográfico que, na década de 30 deu origem a uma série de filmes realistas que, financiados oficialmente, pareciam ter “supostamente”<sup>95</sup> o propósito de divulgar o “modo de vida” que se fazia sentir nas colónias que estavam sob o domínio português. Heloísa Paulo, no seu notável texto sobre documentarismo e propaganda referiu que “As diversas «missões cinegráficas», patrocinadas pela Agência-Geral das Colónias, cuidam de trazer ao público da «metrópole», esteja ele situado em Portugal continental ou nos núcleos urbanos coloniais, cenas «pitorescas» das sociedades «locais», que, em geral, fazem o contraponto para a visão do desenvolvimento económico e tecnológico empreendido pelo

---

<sup>93</sup> FERRO, António, citado por HENRIQUES, Raquel Pereira, António Ferro – Estudo e Antologia, Publicações Alfa, Lisboa, 1990, p. 144

<sup>94</sup> Não obstante o facto de esse panorama se alterar a partir de 1935, 36, com a escassez de película, o que contribuiu para o decréscimo da produção de filmes realistas a favor das longas-metragens de ficção que servissem o aparelho político do regime (a este propósito ver a entrevista que José de Matos Cruz deu a Maria do Carmo Piçarra *in* Papel do jornal português na propaganda do Estado Novo, [s.nl.], 2002

<sup>95</sup> Diz-se “supostamente” porque, tal como foi anunciado no preâmbulo deste ensaio, acredita-se num propósito bem mais complexo e intrincado para a produção desses filmes (nomeadamente a questão geopolítica mencionada nesse capítulo), do que propriamente uma mera intenção de recolher material que, de uma ou outra forma pudessem servir apenas algum intento antropológico, sociológico, ou mesmo artístico.

colonizador.”<sup>96</sup> Todavia, apesar de nesta afirmação podermos encontrar algum do motor propagandístico que estimulou a concretização de inúmeros projectos por parte do governo (“...o desenvolvimento económico e tecnológico empreendido pelo colonizador”), ela esconde – sob o pretexto de dar a mostrar, ou conhecer – aquele que julgamos ser o principal instigador desses filmes que, como já foi dito, assenta na tentativa do regime em querer escorar uma política totalitária numa conjuntura socioeconómica desfavorável, ao mesmo tempo que pretendia promover – principalmente para os restantes povos colonizadores em África – a visibilidade da sua ocupação em territórios que julgava seus. É neste contexto que se acredita (no âmbito deste trabalho), que “a mais exigente, planificada e sistemática recolha de *imagens em movimento* até então empreendida entre nós, fora da Europa”<sup>97</sup> tenha sido encetada.

Numa iniciativa do Ministro das Colónias Francisco Vieira Machado, dá-se então início à mais detalhada e exaustiva digressão de uma equipa de cinema nacional fora do território continental com o objectivo principal de sublinhar a solidificação do império português: a Missão Cinegráfica às Colónias de África. Carlos Selvagem foi o seu Chefe, António Lopes Ribeiro o director artístico, Paulo de Brito Aranha o Director Técnico, e Isy Goldberger o Director de Fotografia. Foram Operadores Manuel Luís Vieira e Alfredo Cristino Gomes. Participaram ainda Salvador Lucena como Director administrativo e Teodósio Cabral como Director cinegético. A Missão Cinegráfica às Colónias de África esteve na Madeira, Cabo Verde, Guiné, São Tomé e Príncipe, Angola, e Moçambique, tendo sido rodados a Exposição Histórica da Ocupação; a Viagem de Sua Ex.<sup>a</sup> o Presidente da República a Angola; Guiné, Berço do Império; Aspectos de Moçambique; São Tomé e Príncipe; Angola, uma Nova Lusitânia; Gentes que Nós Civilizámos; As Ilhas Crioulas de Cabo Verde; e Guiné Portuguesa, filmes que fazem parte do extenso espólio filmográfico do ANIM<sup>98</sup> e que, na sua maioria, se encontram, até, relativamente bem conservados, não obstante o facto curiosíssimo de se ler – na autobiografia de António Lopes Ribeiro (editado pela Cinemateca Portuguesa, e portanto uma entidade de interesse público com estreitas afinidades com o ANIM) – que os inúmeros planos realistas que integram o filme mais conhecido dessa iniciativa (O Feitiço do Império), foram “...registados durante a Missão Cinegráfica às Colónias de África,

---

<sup>96</sup> PAULO, Heloísa, Documentarismo e Propaganda, As Imagens e os Sons do Regime – O documentarismo sobre o Ultramar e a produção para o exterior in O Cinema sob o olhar de Salazar, coordenação de Luís Reis Torgal, Temas e Debates, 2001, p. 107

<sup>97</sup> PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, António Lopes Ribeiro, Cinemateca Portuguesa, 1983, Lisboa, p. 187

<sup>98</sup> Associação Nacional das Imagens em Movimento

também representados em distintos documentários cujo rasto quase inteiramente se perdeu”.<sup>99</sup>

Não! Não se perderam.<sup>100</sup> Eles estão vivos e religiosamente conservados nas dezenas de caixas de lata que acolhem as várias bobines de película 35mm que integram os nove filmes já anunciados e que, infelizmente para eles, parecem fazer parte de um período que a maioria dos portugueses não gosta de recordar. Talvez por isso tenham permanecido na escuridão desde os anos 40, só voltando a ver a luz de um projector em 1980 aquando da retrospectiva a António Lopes Ribeiro feita pela Cinemateca de Lisboa. Depois disso, e mais uma vez, os filmes voltaram às caixas de lata e lá permanecem, arquivados, até hoje, aqueles momentos de um género cinematográfico que Eduardo Geada apelidou de “...exaltação nacionalista (...), cuja missão suprema consistia em relançar, aos olhos dos portugueses e do mundo, através da grandiosidade dos feitos (...), a iconografia romântica da alma lusíada e da sua missão civilizadora e cultural”.<sup>101</sup> Na esperança de podermos contribuir com um olhar fresco sobre a forma como António Ferro, a Agência-Geral das Colónias, e António Lopes Ribeiro quiseram propagandar a grandiosidade das proezas colonizadoras ao seu povo e ao mundo, os filmes voltaram a ser projectados – ainda que desta feita num pequeno ecrã – numa sala nas instalações do ANIM no Freixial à luz de uma mesa de projecção da Steenbeck, à excepção do primeiro filme da Missão (Exposição Histórica da Ocupação), o qual já tinha sido previamente telecinado para o formato vídeo VHS.

O filme, exibido pela primeira vez a 11 de Maio de 1938, é o único dos nove da Missão a ser alguma vez referenciado, não obstante toda a tinta que já se escorreu para se escrever sobre o filme realista português. Foi-o pela mão de Raul Faria da Fonseca que publicou, a 29 de Novembro de 1937, um artigo com o título do filme onde adiantava algumas informações (sem ser demasiado reflexivo), sobre um filme ainda em fase de pós-produção, ou uma “cópia de ensaios”<sup>102</sup> como lhe chamou. O filme, apelidado de “documentário magnífico” por Manuel Múrias<sup>103</sup>, não é mais que um registo imagético de uma exposição montada com vista a “dar a conhecer, a todos os seus visitantes, a obra da

---

<sup>99</sup> PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, António Lopes Ribeiro, Cinemateca Portuguesa, 1983, Lisboa, p. 185

<sup>100</sup> Quanto a percas há que salientar, sim, o desaparecimento de cerca de 400 metros de película (15 minutos), e a totalidade da banda de som da ficção O Feitiço do Império rodado no âmbito da mesma missão às colónias de África.

<sup>101</sup> GEADA, Eduardo, O Imperialismo e o Fascismo no Cinema, Moraes Editores, Lisboa, 1976, p. 78

<sup>102</sup> FONSECA, Raul Faria, Exposição Histórica da Ocupação in Cine-Jornal n.º 111, 29 de Novembro, 1937

<sup>103</sup> Autor do texto que se ouve em Voz Off e narrado pelo próprio António Lopes Ribeiro

ocupação no século XIX”<sup>104</sup>. Eloquentemente, ouvimos logo no seu início uma Voz Off que afirma que as diversas classes sociais que constituem o povo Lisboeta acorreram à exposição e mostraram entender as intenções dos organizadores da Missão, o que nos cria – já – alguma relutância no modo como devemos olhar para este filme, repita-se, o primeiro da Missão Cinegráfica. Senão vejamos: dentro do âmbito daquele que era o verdadeiro propósito da Missão, cabe-nos pensar que o filme teria tanto mais sucesso quanto melhor fosse veiculada a presença dos portugueses em territórios africanos. Todavia, o filme – estilisticamente falando – resulta num produto que se pode assemelhar facilmente àquilo que vulgarmente se designa, hoje, por institucional. É, maioritariamente, uma colectânea de planos que filmam os objectos de uma exposição (bustos, baixos relevos, mapas...), à excepção de dois planos onde vemos uma personagem masculina (em amorce), a folhear as páginas de um livro. Não se quer dizer com isto que o valor documental do filme fica condicionado pela forma como António Lopes Ribeiro decide filmar a exposição. Pode mesmo dizer-se que o seu valor como documento perdura hoje inalterado, mercê do pragmatismo na forma como foi filmado. Com efeito, se uma das características que tipificava o movimento documental inglês era o de instigar a leitura pessoal de cada espectador, promovendo a aceção singular e particular do significado dos seus filmes, então a Exposição Histórica da Ocupação ocupa o lugar diametralmente oposto a esse. Ele procura educar como se de uma lição de história se tratasse. É, aliás, mencionado por Raul Fonseca como uma obra de grande feição didáctica e cultural de interesse científico.

No decorrer do texto que publicou no número 111 do Cine-Jornal, Raul Fonseca refere que “quem vê o filme, vê a Exposição.”<sup>105</sup> Talvez essas palavras dêem uma verdadeira noção (ou pelo menos uma aproximada), da forma como o filme acaba por resultar, apesar de se afirmar também que essa afirmação é insuficiente para valorizar a obra do realizador. A exposição, que foi organizada com vista a expor a glória da ocupação e da “patriótica jornada, que deu a Portugal o vasto Império colonial”<sup>106</sup> de ontem, padecia de ser perpetuada no entender do regime para que, para além do registo dos gloriosos actos de uma nação, se pudessem proporcionar os conhecimento nela contida àqueles que não tinham a oportunidade de a visitar. Foi com essa intenção que foram dadas ordens expressas no sentido de maximizar a preservação do negativo

---

<sup>104</sup> FONSECA, Raul Faria, Exposição Histórica da Ocupação in Cine-Jornal n.º 111, 29 de Novembro, 1937

<sup>105</sup> Ibid

<sup>106</sup> Ibid

original de um filme que se queria – pelo que as imagens e a política da sua conservação deixam antever – mais um complemento recreativo aos livros de leitura da escola primária, a “lição de Salazar”, os quais pretendiam glorificar a obra efectuada pelo regime nas suas mais variadas frentes.

“Quem vê o filme, vê a Exposição”. A afirmação de Raul Fonseca, ainda exacerbada por outra onde refere que ela é insuficiente para demonstrar o verdadeiro valor educativo e documental (como diz), de um filme que assenta numa – chamemos-lhe – catalogação dos vários objectos que fazem parte da exposição, assenta no pressuposto de que aquilo que é dado a ver no filme se sobrepõe àquilo que vemos, fisicamente, na mostra. Referências à forma como alguns Grandes Planos contribuem para a apreensão de determinados objectos que, de outra forma, passariam despercebidos, ou ainda pelo modo como “o movimento cinematográfico veio a dar maior relevo a certos assuntos que, na Exposição, não poderiam ter a eloquência espantosa facultada pelo cinema”<sup>107</sup>, fazem adivinhar um artigo redigido por um militante do Estado Novo que pretende, tal como o filme, exaltar os feitos de uma nação na qual o cinema se assume como visível motor de propaganda do seu regime. Artigo no qual não se parece ponderar, sequer, sobre a forma como um visitante da exposição poderá deambular, livremente, pela mostra por tempo praticamente indefinido, o que obviamente lhe pode conferir um conhecimento bastante mais profundo sobre qualquer objecto patente na mostra, por comparação com o ponto de vista singular – ou mesmo múltiplos pontos de vista que seja – de um realizador que se vê obrigado a seleccionar uma porção de um espaço, figura ou objecto, o que contribui, desde já, para a natural suspeição de tais afirmações. Aliás, quanto a isto, é o próprio autor do texto a mencionar que se pretendia “por em evidência – e com justiça – o mérito extraordinário do filme, onde se relata, num curto espaço de tempo, o que de mais interessante, valioso e educativo figurou na Exposição, e que levava muitas horas a ver ou a encontrar”, mas que acaba por resultar num filme caracterizado pelo uso recorrente do retrato filmográfico dos inúmeros objectos patentes na Exposição, maioritariamente conseguidos com recurso ao plano fixo que se vai repetindo sucessivamente – ou alternado com uns quantos travellings – apenas separados, em fades a negro, pelos inter-títulos que anunciam a sala – temática – seguinte a ser exibida. Raul da Fonseca refere um travelling realizado na sala onde se patenteiam as missões católicas, onde menciona que a

---

<sup>107</sup> FONSECA, Raul Faria, Exposição Histórica da Ocupação in Cine-Jornal n.º 111, 29 de Novembro, 1937

câmara procura avidamente por uma imagem de Cristo crucificado, imagem que – no seu entendimento – simboliza “o valor crescente da propaganda religiosa na obra colonizadora de Portugal”.<sup>108</sup> Refere também a boa “factura cinematográfica”, e um uso da câmara nervoso mas firme que bastará para impressionar o espectador, e que tem, na Voz Off, um paralelo. Todavia – e numa atitude de boa fé – mesmo dando alguma margem de credibilidade para a suposta dinâmica do filme de António Lopes Ribeiro referida por Raul da Fonseca, não podemos alhear-nos da evidente rigidez e austeridade deste filme, linguagem visivelmente consonante com a política do regime. Os mapas são filmados como qualquer outro objecto bidimensional, intercalados por dissolves com baixos relevos, na sua maioria da autoria do escultor Salvador Barata Feyo. Na sequência que retrata a Sala Militar, colam-se – utilizando o recurso ao Jump Cut – quatro planos que filmam, em panorâmica para a direita, os retratos dos comandantes e heróis conquistadores das ex-colónias, e que de outra forma nunca pareceriam colar num *raccord* perfeito. As primeiras sobreposições também são efectuadas aqui, com as silhuetas de Paiva Couceiro e Artur de Paiva a surgirem, em dissolve, num mapa animado que remete para as campanhas de ocupação que ambos levaram a cabo ao som de uma melodia de carácter assumidamente militar. Quanto a este respeito (a utilização do som), a música pontua a imagem como um vulgar chavão. Se na Sala da Fé a melodia remete claramente para a música coral cristã (a qual ganha um audível ênfase aquando da exibição dos vitrais de Almada Negreiros), já na Sala do Oriente a melodia é declaradamente asiática.

À parte o manifesto lugar-comum que a música não diegética ocupa na materialização deste filme, torna-se imprescindível referir a importância que tem a Voz Off para a consagração desta obra como um filme de propaganda ao serviço do Estado Novo, a qual, aliás, parece ser a única solução estilística que consegue contribuir, com bom efeito, para essa aceção. A narração preenche quase todo o filme de forma perceptivelmente eloquente e enfatuada sendo, quase na íntegra, redundante face às imagens que nos são dadas a ver. Exemplos paradigmáticos disso são a leitura textual de algumas cartilhas, poemas, e mesmo legendas que demarcam as salas onde decorre a exposição, como acontece por exemplo na sala consagrada ao acto colonial onde se lê, e se ouve, “solidariedade, unidade, nacionalismo, eis a trindade de princípios em que assenta a ideia imperial”. Esta redundância perde-se, no entanto, em dois momentos ao

---

<sup>108</sup> FONSECA, Raul Faria, Exposição Histórica da Ocupação in Cine-Jornal n.º 111, 29 de Novembro, 1937

longo do filme onde, à falta de melhores imagens que exponham o que quer ser transmitido, aproveita-se para enaltecer e granjear com algum pretensiosismo os feitos heróicos dos conquistadores da nação. O primeiro momento surge quando se ouve que “o Português é hoje falado por 60 milhões de indivíduos” sobre a imagem de um mapa animado no qual vão surgindo pontos onde se fala a língua de Camões. O segundo sobrevém na Sala do Oriente – e sobre um mapa dessa região do globo – quando a voz de Lopes Ribeiro parece querer hipnotizar os espectadores ao referir que “a chegada de uma caravela portuguesa ao Japão (...) lembra a epopeia dolorosa dos missionários e mercadores portugueses no arquipélago japonês”.

O filme termina com a música do Hino Nacional – A Portuguesa, mas não sem antes ouvirmos a apoteótica narração final que tenta seduzir o povo português a reviver o espírito das antigas esperanças de Portugal quando, sobre um Plano Aproximado de Peito de uma escultura de Oliveira Salazar, se ouve António Lopes Ribeiro “...nação criadora de nações, e fundidora da fé e da civilização”.

Exposição Histórica da Ocupação resulta, assim, num filme sem qualquer crescendo emocional. Numa obra que repete a mesma fórmula estilística para registar cada divisão patente na Exposição (muito devido à sua estrutura assentar numa segmentação por separadores que anunciam a próxima sala a “visitar”), faz-se notar a ausência de um clímax que nem o som consegue acautelar. Deste modo, e apesar dos elogios tecidos pela altura da sua primeira exibição (nomeadamente aqueles que se podem ler no artigo de Raul da Fonseca já aqui repetidamente referido), consideramos, pelo que foi anteriormente exposto, a Exposição Histórica da Ocupação como o filme mais fraco realizado no âmbito da Missão Cinegráfica, fruto óbvio das amplas limitações estilísticas que um filme desta natureza estabelece à priori.

Curiosamente, foi o próprio Lopes Ribeiro a afirmar que “filmes de propaganda política – digamos: de propaganda nacional, não se fazem com caravelas de cartão boiando em alguidares, com símbolos safados, com retratos de ministros <em sobreposição> sobre poentes de bilhete postal. Fazem-se com <realidades cinematográficas>; com estilo e com inteligência. Doutra maneira, vira-se o feitiço contra o feiticeiro. E as coisas caem pelo ridículo antes de cáírem por si”<sup>109</sup>.

---

<sup>109</sup> RIBEIRO, António Lopes, Animatógrafo, nº 4 (I série) – Plano Geral. Filmes de propaganda, Lisboa, 24 de Abril de 1933, p. 4.

Pelo que foi exposto (e tendo em conta as suas próprias palavras), as “realidades cinematográficas” a que se refere Lopes Ribeiro parecem ter sido descuradas nesta obra em prol de uma elementar recolha de imagens que – usando a imagem em movimento – recaem paradoxalmente sobre uma série de objectos que na sua maioria não se movem. Para além disso, e literalmente falando, os criticados “retratos de ministros em sobreposição sobre poentes de bilhete postal” estão lá, testemunhando a visão lúcida e premonitória do realizador acerca do fracasso de tal tipo de cinema.

Há todavia, que ressaltar a razão que nos levou a analisar este filme antes dos demais. Lembrarmo-nos que foi com ele que a Agência-Geral das Colónias deu o “pontapé de saída” para “a mais exigente, planificada e sistemática”<sup>110</sup> Missão Cinegráfica levada a cabo pelos nossos cineastas fora da Europa. Que ele – nas palavras de Raul da Fonseca – pretendia ser um objecto histórico mas, mais que isso, didáctico (em prol do ressurgimento grandioso de uma “nação criadora de nações”<sup>111</sup>), e não nos esquecermos da meta que traçamos com este trabalho: perceber se existem reflexos dos contactos que o seu realizador estabeleceu com os mais vanguardistas cineastas da época, e de que modo as suas opções estilísticas se mostraram adaptadas a um cinema de propaganda que se queria eficaz. Neste sentido – e pelo que já foi exposto – podemos afirmar que, estilisticamente, *Exposição Histórica da Ocupação* diverge de todos os filmes de propaganda que mais sucesso tiveram durante a década de 30 e 40, assumindo, se quisermos, uma postura pró-didáctica por um lado, e inequivocamente histórica por outro. E essa aceção torna-se por demais evidente quando analisamos os restantes oito filmes realistas realizados no âmbito da mesma Missão. Desses oito, optámos por concentrar o nosso esforço de análise naquele que consideramos o mais interessante numa série de frentes. É ele *Aspectos de Moçambique*, que no genérico do filme se intitula somente “Moçambique”. Não é nossa intenção, contudo, negligenciar a importância dos outros sete filmes pelo que, quando considerarmos pertinente, serão feitas as necessárias referências para que se possam estabelecer as manifestas pontes existentes entre si. Todavia, acreditamos que *Moçambique* consegue reunir nos seus 46 minutos muitas – se não mesmo quase todas – das opções de realização que arquitectam os restantes filmes, razão fundamental que presidiu na sua escolha para a análise que se elabora de seguida.

---

<sup>110</sup> Ver nota 97

<sup>111</sup> Termo usado por António Lopes Ribeiro na narração de *Exposição Histórica de Ocupação*, com texto escrito por Manuel Múrias

No quadro que se segue àquele que dá o nome ao filme podemos ler: “Documentário da terra, da gente, da actividade e do progresso da África oriental portuguesa”, texto que é acompanhado por uma música pujante, apanágio de muitos dos filmes épicos que retratam conquistas e seus conquistadores – tal Spartacus que só 19 anos mais tarde viria a ser produzido. Logo de seguida, outro inter-título onde se lê: “A colónia de Moçambique é tão vasta, que não é possível, num breve documentário, dar mais do que alguns dos seus múltiplos aspectos” (quadro que deve, com certeza, ter contribuído para a reformulação do título constante no genérico). Consideramos que os dois quadros são importantíssimos para a análise deste filme e, já de si, bastante reveladores da estratégia que a produção adoptou para a realização de Moçambique. Tal como Bresson veio a fazer mais tarde com *Pickpocket* (assinalando, logo no seu início – e ao contrário do que os espectadores fariam prever – a temática que o realizador não queria nele abordar), também Lopes Ribeiro expressou aquilo que seria Moçambique, antes sequer de nos dar a ver a primeira imagem que Vieira de Sousa montou.

Mais uma vez, reforçemos o propósito geopolítico da Missão, da procura pela soberania em territórios africanos, a consequente demanda por visibilidade, e seu desígnio patriótico na formação dos “valores pensados para a <Nação> e o seu <Culto>, a imagem da verdadeira cidadania, exemplificada por aqueles que aderem ao Estado Novo, e a figura do mito do chefe, centrado na figura de Salazar”,<sup>112</sup> e centremo-nos na forma como a estratégia fílmica de Lopes Ribeiro e sua equipa quiseram contribuir para a consagração desses intentos.

O inter-título que anuncia um filme assente num documentário sobre a terra, a gente, a actividade e o progresso da África oriental portuguesa, deixa antever uma obra de carácter mais sociológico e/ou antropológico, do que propriamente uma que tem como finalidade a criação do mito Salazarista (tal como *Triumph des Willens* pretendeu fazer com Hitler). Nesse sentido, em algumas sequências podemos observar reminiscências de uma cultura ancestral que nos relembra algumas passagens de *Moana*, de Robert Flaherty, ou uns quantos momentos dos filmes que Jean Rouch veio a realizar anos depois. O primeiro plano é contra-picado e revela a chaminé de uma barco a vapor. De seguida seguem-se três planos do mar efectuados em travelling que nos remete para o

---

<sup>112</sup> PAULO, Heloísa, *Documentarismo e Propaganda – As Imagens e os Sons do Regime*, in *O Cinema sob o olhar de Salazar*, Temas e Debates, Lisboa, 2001, p. 108

primeiro do género realizado por Promio nos canais de Veneza.<sup>113</sup> Em *Voz Off* (que é recorrente em todos os filmes da Missão), ouve-se João da Câmara: “O mar... Eis o nosso caminho. Por ele partimos a descobrir o mundo. Através dele mantemos um império!”. Sucedem-se vários planos com gaivotas a esvoaçar, para voltarmos de novo à chaminé do barco, a um plano do mar que se encadeia com o primeiro plano, geral, da Fortaleza de S. Sebastião que é feito numa panorâmica para a direita. A apresentação da fortaleza pela narração – acompanhada de múltiplos planos sempre em panorâmica – é de fraca percepção, tal é a forma célere e pouco articulada com que João da Câmara profere o texto de Osório de Oliveira. O filme continua a sua saga expositiva das “verdadeiras relíquias do passado”<sup>114</sup> colonial, nomeadamente duas capelas e duas igrejas que, de alguma forma, assinalam a fé na qual o regime queria doutrinar os portugueses.

Fazemos agora um breve interregno na descrição dos primeiros minutos do filme porque, chegados aqui, queremos repescar a ideia explanada por Heloísa Paulo no seu texto “Documentarismo e Propaganda – As Imagens e os Sons do Regime”, mais especificamente quando fala sobre “a figura do mito do chefe, centrado na figura de Salazar”<sup>115</sup> Neste aspecto em particular, o caso alemão é paradigmático na forma como tentou enraizar na população germânica a aura do seu líder, papel a que o cinema não foi alheio. Em 1935, o filme *Triumph des Willes* de Leni Riefenstahl é exibido em diversas salas de cinema e, entre polémicas por um lado, ovações e prémios por outro, não há dúvida que ele é um dos mais emblemáticos exemplos de uma clara tentativa de fabricar a “figura do mito do chefe”. Todavia, há a ressaltar o facto de o filme ter sido planificado em discordância com os ideias que Goebbels tanto defendia, nomeadamente um cinema de propaganda que se pautasse pela subtileza como veiculava a sua mensagem. O filme, a que hoje nos referimos como “o documentário” de Riefenstahl, foi pré-produzido em concordância com a preparação para o congresso que nele vimos registado. Faziam parte da equipa técnica 16 operadores de câmara mais os respectivos assistentes. Foram utilizadas 30 câmaras, quatro camiões apenas com equipamento de som, e teleobjectivas de longo alcance para captar as diversas reacções da multidão. Os fantásticos meios de produção colocados ao serviço do filme foram tão espectaculares que somos obrigados a ponderar sobre a sua real importância, e o papel que eles desempenharam na construção na sua construção porque, se reflectirmos sobre a forma como o filme foi preparado,

---

<sup>113</sup> Alexandre Promio coloca o cinematógrafo sobre uma gondola e filma *Panorama du Grand Canal vu d'un bateau*, 1896.

<sup>114</sup> Tal como são descritas, pela narração, as obras arquitectónicas que no filme se mostram.

<sup>115</sup> Ver nota 112

chegamos à conclusão que existe muito pouco de realista em *Triumph des Willens*. Não estamos a tecer, obviamente, comentário “à letra”! É claro que o congresso existiu, mas não de certeza da forma como os espectadores o viram. Por isso mesmo – e na nossa opinião – aquilo que assume para muitos o cunho de um verdadeiro documentário não passa de uma “transfiguração do real”. Não só todas as acções foram ensaiadas antes da rodagem mas, talvez mais importante que isso, hoje sabe-se que na fase de pós-produção foi tomada especial atenção na forma como a alteração da real sequência de eventos poderia contribuir para a construção do sentimento de idolatria que se queria inculcar na população alemã, como aliás se lia nas entrelinhas de um texto publicado no jornal do NSDAP<sup>116</sup> (*Völkischer Beobachter*): “a ordem, unidade, e determinação do movimento do Nacional Socialismo... um registo documental de unânime lealdade ao Führer e, conseqüentemente, à Alemanha”.<sup>117</sup>

Sobre *Triumph des Willens*, Kracauer concluiu que o simples facto do filme ter sido pensado em concomitância com a preparação do congresso, “revela que a convenção foi planeada não apenas como um espectacular encontro de massas, mas também como um espectacular filme de propaganda”.<sup>118</sup> Se, como adiantámos no início deste trabalho, “propaganda é a tentativa deliberada de uns poucos, em influenciar as atitudes e os comportamentos de muitos através da manipulação da comunicação simbólica”,<sup>119</sup> então percebemos facilmente – pelo conjunto de opções que foram adoptadas, e na forma como resultou estilisticamente – onde se encaixa a noção de “transfiguração do real” no filme de Leni, sem dúvida o filme mais influente de sempre na criação do mito hitleriano.

Voltemos então agora ao caso português. A extensa rede de contactos que fez na sua viagem pela Europa possibilitou a Lopes Ribeiro, com certeza, o visionamento de *Triumph des Willens*. Por essa razão, se a intenção do SPN, e conseqüentemente do cinema de propaganda português, passasse pela elaboração de uma figura a esse nível, o realizador português estaria em boa posição para dar corpo a um projecto dessa envergadura. Todavia, Moçambique encaixa-se numa outra categoria do cinema

---

<sup>116</sup> NSDAP – Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei – (Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães), mais conhecido como Partido Nazi.

<sup>117</sup> *Völkischer Beobachter*,

2 de Setembro de 1933 que incluiu uma entrevista a Leni Riefenstahl, citado por WELSH, David, *Propaganda and the German Cinema*, Oxford, 1983, p. 125

<sup>118</sup> *From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*, Princeton University Press, 1974, p. 301

<sup>119</sup> QUALTER, Terence H., *Opinion Control in the Democracies*, London, 1985, p. 122

documental, talvez muito por causa do cunho que se quis ver impresso no regime ditatorial português (social e corporativo), que “se foi inculcando no imaginário colectivo do público numa retórica amável do fascismo quotidiano que – debaixo da ostentação paternalista de um povo alegre e folclórico, simples e singelo, modesto e conformista – escondia a realidade violenta da exploração capitalista e do colonialismo”<sup>120</sup>. Quiçá por isso, não se tenha dado nenhum título especial à figura do estadista português à semelhança daquilo que aconteceu na Alemanha com o “Furher”, conservando-se o título de “Presidente do Conselho”.

Sobre esta ilação poder-se-ão tirar, aliás, várias conclusões. Incluindo uma que defenda o conservadorismo do nosso cinema de propaganda que, na realidade – e apesar de o sustentar como um ideal (pelo que já esposemos) – nunca promoveu uma imagem idealizada da figura Salazarista aos olhos da população portuguesa. Nos primeiros anos sob o seu pelouro, Salazar sempre foi filmado com roupa escura, sério, de semblante austero, imagem que se foi perdendo no tempo acima de tudo por causa das críticas ao regime que se faziam sentir na altura. Salazar veio a adoptar, por isso, uma postura mais informal e despreocupada, algo que contrasta vivamente com a formalização de um mito Salazarista à semelhança do que Leni fez com Adolf Hitler. Se atendermos ao raciocínio de Heloísa sobre a categorização do filme documental português, reconhecemos a existência de um tipo de documentário propagandista que se preocupou com a imagem pública do Presidente do Conselho. No entanto, nenhum filme de propaganda português teve a veleidade de criar uma imagem de Salazar como figura omnipresente – reflexo de Deus na terra – como o fez Triumph des Willens, e os filmes da missão também não foram excepção. Mais uma vez – e tal como eles próprios se descrevem no início<sup>121</sup> – os filmes pretendem assentar em documentários sobre a terra, a gente, a actividade e o progresso da África oriental portuguesa.

Deste modo, torna-se também bastante claro a relativa facilidade com que podemos anichar Moçambique naquilo que Heloísa descreveu como, o tipo de documentário que se dedica “à transmissão de um painel de vida do País, do seu passado histórico e do seu presente, onde a mensagem política aparece sob o pano de fundo da

---

<sup>120</sup> GEADA, Eduardo, *O Imperialismo e o Fascismo no Cinema*, Moraes Editores, Lisboa, 1976, pp. 74.

<sup>121</sup> Diz-se “descrevem” já que, em alguns dos restantes filmes há – novamente – indicações suficientemente claras sobre as intenções que moveram a concretização dos vários filmes. Como exemplos enunciamos os casos de “Gentes que Nós Civilizámos”, filme com um separador inicial onde se lê: “Apontamentos etnográficos de Angola”, e “Viagem do Chefe de Estado às Colónias de Angola e S. Tomé e Príncipe”, onde se lê que o filme é “apenas uma ideia bastante pálida do calor e do carinho com que as populações de S. Tomé e Angola acolheram o senhor Presidente da República”.

propaganda turística”,<sup>122</sup> e é exactamente com esse entendimento que ficamos após visionar todos os filmes da Missão Cinegráfica, à excepção do primeiro – Exposição Histórica da Ocupação – o qual é excluído de todos os comentários que fazemos de seguida.

Esse “painel de vida do País” é-nos dado, do princípio ao fim, nas múltiplas cenas em que se filmam as diversas tarefas dos habitantes das ex-colónias. Em Moçambique, vemos as tradicionais “danças indígenas” (como refere João da câmara), mas também as vemos Gentes Que Nós Civilizámos e Guiné Berço do Império. Desde a caracterização do clima, até à vegetação, a habitação e os afazeres do povo que habita a ex-colónia, Moçambique dá-nos uma vasta – ainda que superficial – panorâmica desse “painel de vida”, ainda que sempre de forma muito contida a nível estilístico. Nos 46 minutos de filme,<sup>123</sup> praticamente todos os planos que nos mostram a habitação, a sua envolvente, os edifícios históricos e as grandes empresas coloniais são filmados de forma muito aberta, a maioria em plano muito geral, e alguns outros em plano geral. As excepções são ínfimas, e os planos mais fechados, em pormenor, aparecem quando se pretende realçar o nome de uma companhia (como a Companhia Indígena), os escudos da bandeira portuguesa à porta da maternidade de Lourenço Marques, ou um cântico de Camões que nos fala da “disciplina militar”, depois de vermos o exército de “soldados de cor que têm a consciência de ser portugueses”.<sup>124</sup> Novamente, as imagens das centenas de soldados são filmadas em plano geral ou muito geral. Não temos, por breves momentos que sejam, planos mais fechados que nos aproximem daquelas personagens que acabam, por isso, como meros figurantes quando elas são, na verdade, as personagens principais. O plano geral ou muito geral contribui, desta forma, para um afastamento do espectador não só em relação à população que aqui se retrata, mas também a toda a envolvente aqui fotografada de forma aparentemente tão impessoal. Poder-se-á dizer que esse é o objectivo num filme que pretende transmitir – como Heloísa Paulo referiu – “um painel de vida do País”, mas acabamos por sentir a falta de uma maior dinâmica no uso da câmara e, conseqüentemente, da montagem. Esta, apesar de quase irrepreensível ao nível técnico, é-o porque a intervenção do montador na fase de pós-produção se vê imensamente facilitada pela natureza dos planos que foram recolhidos. Os múltiplos

---

<sup>122</sup> PAULO, Heloísa, Documentarismo e Propaganda – As Imagens e os Sons do Regime, in O Cinema sob o olhar de Salazar, Temas e Debates, Lisboa, 2001, p. 108

<sup>123</sup> Na ficha técnica do filme, constante da autobiografia de António Lopes Ribeiro publicada pela Cinemateca de Lisboa, há a assinalar o grave erro que diz respeito à duração de Aspectos de Moçambique, o qual aparece – no livro – com 324 metros e 12 minutos, menos 34 minutos que a sua real duração.

<sup>124</sup> Narração de João da Câmara.

planos muito gerais sucedem-se sem sobressalto, já que o *raccord*<sup>125</sup> entre eles – normalmente espaços diferentes – se estabelece sem dificuldade. A nível estilístico, a cena mais interessante do filme acaba por aparecer antes dos primeiros 4 dos 46 minutos do filme quando se filmam as típicas danças tribais. O primeiro plano é anunciado pelas notas simples de uma corneta gravada na banda musical. A banda sonora é, como na grande maioria do filme, complementada pela Voz Off de João da Câmara que, a par da música tribal, refere que “quando os portugueses chegaram ao continente africano, os nativos viviam como selvagens. Ainda hoje nas festas indígenas, os negros manifestam o culto bárbaro da sua alma, prisioneira dos instintos primitivos”. A narração, mais uma vez redundante, é tão secundarizada pela beleza dos planos captados pela fotografia de Isy Goldberger e Manuel Luís Vieira que se optou, perspicazmente, pela sua omissão no tempo restante em que decorre esta cena. A dinâmica proporcionada pelos múltiplos pontos de vista, no uso do *plongée* e *contre-plongée* e na alternância da escala de planos aliada à curta duração das imagens que se sucedem são capazes, só por si, de nos transportar para dentro daquela experiência sem haver a necessidade de recorrer à aceleração de alguns dos planos na montagem, como aliás acontece. O seu último plano (um habitante local a dançar filmado em Plano Aproximado de Tronco), funde-se num encadeado com o início da cena seguinte onde nos é mostrada uma cruz em primeiro plano, que remete – unicamente pelo uso da narração – ao passado histórico das ex-colónias assim como ao seu presente que, mais uma vez, nos são dados pelo inúmeros planos gerais (quase sempre em panorâmica, *travelling*, ou movimentos combinados), acompanhados pela monótona Voz Off com uma toada quase sempre redundante em relação às imagens.<sup>126</sup>

Apesar de não recorrer a inter-títulos, Moçambique continua a empregar uma estrutura de divisão por eventos (leia-se, cidades), tal como todos os outros filmes realizados no mesmo âmbito. Já tínhamos iniciado esta viagem na ilha de Moçambique, e depois da dança tribal seguem-se, na mesma cidade, as imagens de cotação religiosa, reflexo de uma nação cristã que pretende educar os seus discípulos na mesma fé. Aí vemos jovens habitantes locais a praticar ginástica numa formatura que se assemelha, em tudo, àquelas adoptadas pelas forças militares. De seguida assistimos aos planos gerais que nos revelam a vida do trabalhador no campo. Um plano geral em panorâmica para a

---

<sup>125</sup> Coerência na continuidade (espaço, tempo, movimento, guarda-roupa, iluminação...), entre dois planos montados em sucessão.

<sup>126</sup> As exceções a esta regra apenas se observam aquando do enaltecimento e vangloriarão dos feitos dos conquistadores e colonizadores portugueses.

esquerda deixa perceber – a custo – a tarefa que desempenham mais de uma dezenas de mulheres: Bordar. O único plano mais fechado é o de uma criança (em plano americano), que tenta desembaraçar um rolo de sisal. São mostradas as oficinas de madeira, que antecedem os planos que filmam as palhotas, prestes a serem substituídas por casas de alvenaria, enfatizando-se (pela Voz Off), a protecção do trabalhador local “pelas Leis Humanas de Portugal em África”, elogiando-se a sua condição física magnífica e uma admirável capacidade de admiração. Assistimos a um conjunto de imagens que pretendem evidenciar a soberania militar portuguesa em África, muito auxiliada pelos militares locais que são instruídos na arte da guerra pelos oficiais portugueses. A “sequência militar” é, aliás, a mais longa de todo o filme com aproximadamente 8 minutos, em que se regista um “duro exercício” militar sobre o “sol duro de África”. Dali passamos para a educação feminina – a cargo do instituto João de Deus perto daquela cidade – o qual promove a “formação de boas donas de casa, e de mulheres aptas para a vida”. Mostram-se as “paisagens serenas e bucólicas que abundam para delícia dos olhos”. O primeiro plano de Nampula é muito geral e rodado a partir de um avião. Daí passamos, mais uma vez, para os planos gerais da arquitectura local mostrados, quase sempre, em panorâmica, ou em travelling para depois percebermos as actividades a que se dedicam os habitantes locais. Passamos para a cidade costeira da Beira. A lógica é a mesma. Começamos por conhecer a arquitectura, as gentes e os seus costumes. Concentramo-nos nas actividades costeiras junto ao porto da cidade, a sua maior atracção. Daí passamos para Gaza, “cidade jardim”. Mais uma vez, a arquitectura mostrada em múltiplos travellings efectuados em cima de viaturas automóveis. Avistamos o porto num plano aéreo, os caminhos-de-ferro, e a cidade à medida que nos afastamos para, curiosamente, voltarmos a Lourenço Marques. A câmara rompe pela avenida principal da cidade num travelling tão enérgico que faz quase lembrar os primeiros planos de Berlim: Die Sinfonie der Grossadt, realizado por Walter Ruttmann em 1927 (apesar deste se apresentar bastante mais dinâmico no que à montagem diz respeito). Contudo, essa energia inicial é rapidamente quebrada pela estratégia de, mais uma vez, se mostrar a arquitectura local como veio a ser feito até aqui. Sucedem-se 10 travellings que, montados sequencialmente, mostram as ruas e as praças da cidade, para depois nos concentrarmos, de novo, sobre a sua gente, a elite social da capital da ex-colónia. Filmam-se aqui os primeiros Planos Aproximados de Peito – e únicos planos de expressão constantes no filme – que nos chegam a incomodar pela forma invasiva como surgem neste contexto. Quando nada o faria prever (já que a solução não tinha sido

empregue até então), eis que se utilizam teleobjectivas capazes de concentrar a acção em planos bastante fechados, dando-nos a sensação que estamos a espreitar para dentro da vida destas pessoas que, talvez pela sua beleza (por comparação com os “indígenas” locais), tiveram honras de maior atenção por parte da câmara. A sequência de imagens que ocupa o final do filme demonstra uma inteligente estratégia, assente numa continuidade filmica conseguida pela “passagem de um testemunho” dada através da acção. Da grã-finagem passamos para a plebe, com os negros a transportarem enormes carregamentos de cocos para a estação de caminhos-de-ferro da cidade, o qual se torna no novo motivo do filme, e leit-motiv para alguns dos travellings rodados a bordo sobre as paisagens moçambicanas que ligam o centro de Lourenço Marques ao seu aeroporto. Do aeroporto levantamos voo para vermos, num plano muito geral, a ponte dos caminhos-de-ferro de Magude (inaugurada um ano antes da realização do filme), para depois o espectador se instalar em diversos planos subjectivos rodados a bordo do comboio sobre a mesma ponte, captados em pontos de vista que muito fazem lembrar o filme de Walter Ruttmann, mas bastante mais compassados – o que contribuiu para um menor dinamismo. As referências ao vanguardismo alemão e soviético fazem-se, aliás, notar com clareza. Não só nos planos já descritos mas também pelo evidente tributo a Chelovek s Kino-apparatom, num travelling em que se vê a sombra do “homem da câmara de filmar” projectada no chão, muito ao género do que se acontece no filme de Dziga Vertov. No porto de Lourenço Marques o filme dá-nos um breve vislumbre da extracção carvoeira ali efectuada, do trabalho dos habitantes locais que carregam os enormes caixotes de carvão para os barcos de transporte de mercadorias, e dum paquete que – com as elites a acenar – parte do ancoradouro em direcção ao pôr-do-sol que surge num encadeado. O filme termina com uma “pescadinha de rabo na boca”. Com os planos do mar captados à semelhança do que acontece no início. Afinal de contas, “Por ele partimos a descobrir o mundo. Através dele mantemos um império!”.

O filme é, como se disse, exemplar na forma como condensa toda uma linguagem formal que se espelha na maioria dos restantes filmes da Missão. Neles, predominam as temáticas musicais, arquitectónicas, históricas, e campestres – muitas vezes até mostradas por essa ordem. As referências a estes universos são constantes, sempre conduzidas por uma narração que objectiva a presença dos portugueses nos territórios ultramarinos, sendo as imagens curiosamente registadas no que respeita à forma como surgem as personagens (muito cuidadas na sua indumentária), e o locais (perfeitamente asseados) – o que deixa antever uma certa dose de encenação por parte da

equipa técnica. Deste modo transmite-se uma ideia das ex-colónias como extensões de um Portugal rural – país que promove o culto de valores tradicionais para a manutenção da harmonia e satisfação da sua população – algo que se espelha na forma como os habitantes das ex-colónias são registados frente às câmaras.

Abstraindo-nos da mensagem política “sob o pano de fundo da propaganda turística”, é esta última – a vertente paisagista – a que parece assumir-se como principal personagem em todos os filmes marcando uma presença inequívoca em inúmeros momentos, sendo *Angola Uma Nova Lusitânia* o filme que mais se destaca neste aspecto. As referências às semelhanças que existem entre Angola e Portugal (entre as quais “a exploração da terra e do mar”, o clima, os serviços administrativos, a orgânica laboral e a política de bens e costumes que se faz sentir nas diversas imagens), não são apenas um mero indicador das dezenas de paralelismos que os restantes filmes também estabelecem com os múltiplos aspectos da vida em Portugal, mas acima de tudo parecem assumir contornos de bilhete postal animado de uma agência de viagens estatal que, como principal objectivo, sugere a promoção da emigração portuguesa em prol da colonização daqueles territórios.

Dos oito filmes da missão rodados nas ex-colónias, o único que foge a esta regra acaba por ser *A Viagem do Chefe de Estado* que, assumindo novamente uma estrutura por “separadores” (tal como acontece na *Exposição Histórica da Ocupação*), nos dá um registo da visita de Óscar Carmona às principais cidades Angolanas e às ilhas de S. Tomé e Príncipe. No que a este filme diz respeito, consideramos que a visita do chefe de estado português àquelas colónias poderia ter sido o filme capaz de contribuir – com a estratégia cinematográfica adequada – para a criação da figura mítica do chefe que o estado Português nunca pareceu querer conceber, não obstante a posição contrária que defendem alguns autores.

Como já foi referido, Lopes Ribeiro estaria em boas condições para poder por em prática aquilo que aprendera no estrangeiro e que se revelou – nas suas palavras – como “uma experiência utilíssima” para a sua carreira de cineasta.<sup>127</sup> Se a equipa da Missão tivesse preparado a visita de Salazar àquelas colónias em ambas as frentes (a visita propriamente dita, e o filme que dali poderia surgir no âmbito de uma estratégia propagandística mais arrojada – tal como o fizeram Adolf Hitler e Leni Riefenstahl em *Triumph des Willens*), talvez este filme se viesse a assumir como o mais eficaz de sempre

---

<sup>127</sup> Ver nota 88

na criação do mito Salazarista. É certo que os portugueses não gozavam dos mesmos recursos técnicos que os alemães mas, de qualquer forma, o resultado final da Viagem do Chefe de Estado deixa transparecer, muito mais, a falta de ambição por uma propaganda mais audaciosa e evidente, do que propriamente a falta de recursos ou de conhecimentos técnicos da equipa que levou a cabo esta Missão.

## CONCLUSÃO

“...pois não tenho a ideia de que os «historiadores», devem construir uma «corporação», ou seja, devem ser profissionais exclusivamente formados em História, desde que todos, numa lógica interdisciplinar ou pluridisciplinar, analisem rigorosa e objectivamente o fenómeno da história.”<sup>128</sup>

Na reflexão que Luís Reis Torgal faz sobre a exactidão dos estudos efectuados pelos historiadores, e o seu papel na sociedade, não deixa de ser curioso os dois adjectivos que nela aplica para relevar o modo, idóneo, como o “fenómeno da história” deve ser analisado: “rigorosa e objectivamente”.

O que dizer então de análises que não podem, por inexistência de dados estatísticos ou empíricos, ser objecto de análise tão rigorosa quanto desejávamos? Nesse caso, resta reflectir objectivamente sobre todos os elementos que podem contribuir para uma apreciação idónea, concreta, lúcida e coerente para a compreensão das questões que motivaram a realização de um estudo como o que aqui se apresenta. Contudo, não é de todo a nossa intenção por de parte o rigor, até porque acreditamos que ele tem de ser parte integrante de uma análise desta natureza. Mas a pertinente questão de uma impossibilidade empírica prende-se, sobretudo, com a escassez de dados estatísticos que possam comprovar irredutivelmente as nossas ilações. Com efeito, apenas a partir dos anos 60 (e de forma bastante irregular durante essa década), começámos, neste país, a observar de forma mais sistemática os vários fenómenos relativos à distribuição cinematográfica, como por exemplo o número de espectadores que frequentavam as salas de cinema por essa altura.

Todavia, na vasta imensidão de uma problemática que passou ao lado de uma investigação de carácter mais científico por parte dos analistas portugueses,<sup>129</sup> estamos seguros que – com a estratégia adequada – podemos conjecturar, com algumas certezas, a eficácia que uma iniciativa como a Missão Cinegráfica às Colónias de África teve no

---

<sup>128</sup> TORRAL, Luís Reis, *Estados Novos, Estado Novo*, Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2009, p. 30

<sup>129</sup> O estudo do cinema de propaganda português nunca se concentrou na eficácia do seu discurso propagandístico (algo que parece difícil de conseguir dada a inexistência de dados científicos concretos), mas sim na análise das suas variadas formas.

âmbito daquela que foi, quanto a nós (e pelo que já foi amplamente justificado), a verdadeira razão da sua existência: uma estratégia geopolítica portuguesa em território africano, nomeadamente para o restabelecimento e fortalecimento da sua soberania em África depois do vexame que foi o ultimato inglês de 1890. Por estratégia adequada consideramos aquela que foi explicitada no preâmbulo deste ensaio, e que corresponde à análise dos mais influentes estudos de caso que, sujeitos à mesma temática – e por gozarem de dados empíricos sobre a sua eficácia – podem com certeza lançar luz sobre o que aconteceu no caso nacional. Por isso se optou por efectuar, em cada um capítulos, uma breve conclusão sobre o cinema inglês, soviético, e alemão que, no nosso entender, sintetizam as ideias explanadas no sentido de se estabelecer as necessárias pontes entre a eficácia do cinema de propaganda levado a cabo por esses países, e o “«imaginário cinematográfico» português, o qual se queria capaz de reconstituir a grandeza nacional além-mar, ao mesmo tempo que se exhibia a alguns milhares os feitos levados a cabo por outros tantos”.

Restava, portanto, perceber quem foi o realizador ao qual foi incumbida a tarefa de dirigir tecnicamente a Missão Cinegráfica, (fizemo-lo logo no início do último capítulo), no sentido de perceber que tipo de influencias puderam dar forma ao cinema que dali resultou. A posição de António Lopes Ribeiro em relação ao cinema de propaganda era já sobejamente conhecida, muito por causa dos artigos que semanalmente publicava na coluna “Plano Geral” do semanário cinematográfico que ele próprio criara – Animatógrafo – e no qual defendia o “Fonocinema como Porta Voz da Paz”, para além de afirmar que o seu uso para fins propagandísticos era “uma necessidade urgente para todas as nações”.<sup>130</sup>

Mais tarde, em 1933, não hesita em insinuar a proliferação de um cinema nacional de propaganda assente na qualidade como condição fundamental à sua eficácia, onde não consegue esconder uma óbvia admiração pelo cinema soviético.

“Embora exista ainda quem pretenda negar ao cinema os seus direitos de arte, já ninguém ousa contestar-lhe o alcance como instrumento difusor de ideias, tão importante ou mais que a imprensa ou a radiofonia. Os seus processos são directos, concretos, objectivos, insinuantes e amáveis. É o único membro dessa moderna trilogia que constitui um espectáculo, podendo portanto influenciar multidões já constituídas e não, como a imprensa ou como a rádio, elementos dispersos de uma multidão. A

---

<sup>130</sup> Kino, nº 37, 8 de Janeiro de 1931, p. 3

memória retém muito mais facilmente o argumento de um filme que um artigo de jornal ou um discurso (...) Os modelos do género vêm-nos todos do Oriente ou da U.R.S.S., que teve a inteligência de consagrar toda a sua indústria cinematográfica à propaganda. Daí resultou, não monotonia, mas uma unidade que a tornou efectiva e a impôs.”<sup>131</sup>

Contudo, há que ressaltar um facto determinante. Na altura em que Lopes Ribeiro escrevia aquelas linhas eram precários, e nada científicos, os estudos que abordavam a aptidão da propaganda na doutrinação do seu público, ou a sua capacidade persuasiva. Aliás, quanto a isto, há a referir que o termo propaganda, por comparação com a noção de persuasão é, como já se disse, relativamente recente,<sup>132</sup> não tendo ganho grande expressão até começar a ser usado regularmente, no início do XX, para descrever as tácticas persuasivas empregues pelos principais governos envolvidos na Primeira Grande Guerra. Apesar de ter sido primariamente definida como forma de disseminação de ideias e opiniões através da mentira, analistas e historiadores começaram por estudar o tópico com mais atenção, chegando à conclusão que “a palavra propaganda evoluiu desde então para, actualmente, significar «sugestão» ou «influência» através da manipulação de símbolos e da psicologia humana. Propaganda envolve o uso de imagens e símbolos que agitam as nossas emoções; é a comunicação de um ponto de vista com o objectivo de apelar à «voluntária recepção» do destinatário de uma mensagem, como se ela já fizesse parte de si”.<sup>133</sup>

Esta noção vem ao encontro daquilo que Aldus Huxley afirmou nas suas “Notas sobre Propaganda”, quando referiu que ela “dá força e direcção aos sucessivos desenvolvimentos do desejo e dos sentimentos; mas não faz grande coisa para originar esses impulsos. O propagandista é um homem que canaliza uma corrente já existente. Numa terra onde não existe água, o homem cava em vão”.<sup>134</sup> Ora, o que Huxley já tinha dito antes de Sproule, mas que este também sugere, é que a eficácia da propaganda é mais da ordem de uma “sugestão” ou “influência” de um sentimento já arreigado, do que propriamente um activo reformador, ou instigador de ideais. Quando Lopes Ribeiro refere que “já ninguém ousa contestar-lhe (o cinema), o alcance como instrumento difusor de ideias”<sup>135</sup>, ainda não se tinha percebido a ineficácia da propaganda na

---

<sup>131</sup> RIBEIRO, António Lopes, *Animatógrafo*, nº 4, (I série), 24 de Abril de 1933, p. 5

<sup>132</sup> Remonta a 1622. Ver nota 10

<sup>133</sup> Sproule, J. M., *Propaganda and democracy: The American experience of Media and Mass Persuasion*. New York: Cambridge University Press, 1997, p. 9

<sup>134</sup> Ver nota 83

<sup>135</sup> Ver nota 131

formação de novos ideais, ao contrário da sua utilidade, sim, mas apenas como um reforço de ideais já previamente estabelecidos, e esta é uma noção desmesuradamente pertinente na avaliação de qualquer estratégia de propaganda.

Como se constatou no cinema inglês da Primeira Guerra, ele assumiu-se desde cedo como um meio de comunicação bastante valorizado pelo governo para a difusão das suas ideologias mercê, sobretudo, do seu posicionamento como fenómeno escapista por excelência. Neste clima favorável para o cinema, em que o público britânico ansiava por imagens factuais, a surpresa chegou na forma de inúmeros flops depois da estreia de *Britain Prepared* – o único filme da propaganda inicial britânica a amparar o crédito que o governo depositava no cinema como reformador de atitudes. A óbvia constatação desse fracasso reside, sem dúvida, na defraudação de um público que esperava ver imagens da frente de batalha e, não tendo acesso àquilo que mais desejava, não se viu compelido a apoiar, com a sua presença, tal cinema. A situação mudou com *Battle of the Somme* que, ao dar à população inglesa uma visão sensorial do confronto anglo-germânico naquele vale, iniciou um período mais positivo para o cinema de propaganda oficial. Todavia, o que as imagens fizeram não foi mais que ajudar a confirmar as convicções já existentes na população da justa entrada inglesa no conflito. Se a isto somarmos o facto do cinema de propaganda apenas ter preenchido, aproximadamente, um quarto do período compreendido entre 1914 e 1918, então tudo nos leva a crer que a opinião pública britânica terá sido bastante mais influenciada pela experiência pessoal que cada cidadão tirava do contacto directo com a sua envolvente nesse período, do que propriamente através do filme de propaganda.

O mesmo se passou, ainda que de forma diferente, com o cinema soviético. Não obstante o enorme esforço que os Bolcheviques até dedicaram à difusão do seu cinema com os *Agit-train* e *Agit-Punkty*, os filmes continuavam a não chegar às populações mais remotas (a grande maioria do território russo), muito devido às inúmeras dificuldades logísticas e tecnológicas com que os eles se defrontaram. Mas para além disso, o fenómeno que mais contribuiu para a ineficácia do seu cinema de propaganda (que Lopes Ribeiro tanto defendia), tenha sido a crença no cinema como linguagem universal.<sup>136</sup> Ela pode, por um lado, ter contribuído para um dos mais ricos períodos da história do cinema, mas também ao seu insucesso por outro. Com uma política económica que

---

<sup>136</sup> Lembrarmo-nos que hoje – e ao contrário do que dizia Leonid Andreyev – o cinema é um meio audiovisual em que o significado do seu conteúdo é activamente construído pela sua audiência.

reforçava o papel das imagens em movimento na propagação das ideologias do governo, assistiu-se ao nascimento dos cineastas que verdadeiramente revolucionaram o cinema soviético, mas que por isso acabaram por dar ao público soviético um cinema no qual ele não se revia. Os bolcheviques foram incapazes de resolver o binómio da conciliação eficaz entre uma linguagem de cariz mais popular por um lado, e política por outro. Essa foi, sem dúvida, uma das principais razões pela qual o cinema soviético não obteve o sucesso que os seus realizadores tanto almejavam.

Também o caso alemão é paradigmático na acepção das afirmações que Huxley e Sproule nos deixaram. Mais uma vez, constata-se que as actualidades germânicas apenas se mostraram verdadeiramente populares quando expunham boas notícias, o que pressupõe que o seu sucesso deriva mais pelas boas novas do que propriamente pela qualidade cinematográfica dos filmes, ou mesmo a capacidade de entreter o espectador. Assim, apesar de Goebbels ter edificado um império propagandístico como nunca antes se tinha visto, uma simples reflexão sobre a forma como a população alemã reagia às reverses na frente de batalha,<sup>137</sup> evidencia, de novo, mais as limitações deste tipo de cinema do que as suas aptidões para contagiar e transformar as atitudes e ideologias de uma população.

Uma das mais reveladoras evidências disso mesmo foi a contribuição daquele que é, hoje, visto como o mais emblemático filme de propaganda de sempre – *Triumph des Willens*<sup>138</sup> – que, não obstante as suas inerentes qualidades, nunca foi capaz de elevar a popularidade de Hitler que sofria, pela altura da sua premiere, um dos mais graves declínios, sobretudo devido às condicionantes socioeconómicas que se viviam na altura.

No que diz respeito ao cinema inglês da Segunda Grande Guerra, há também a assinalar o fracasso que as actualidades e o movimento documental quiseram representar na transformação ideológica da sua população. Por comparação, o filme de ficção foi o único capaz de impor o seu êxito nesta matéria, sem sequer se preocupar em responder às orientações do MoI. É evidente por isso, que a eficaz inclusão de uma mensagem política no seio das qualidades escapistas inerentes ao cinema podem produzir algum efeito. É correcto constatar que as actualidades realizadas no período pré-guerra

---

<sup>137</sup> Quando a Alemanha sofria reverses na frente de batalha, a população continuava a ir ao cinema mas evitavam assistir à actualidade filmada.

<sup>138</sup> A partir do qual, como Leiser afirmou, se entendeu que jamais seria necessário produzir outra obra do género, tal tinha sido o sucesso com que o filme da jovem realizadora alemã tinha conseguido contribuir para a construção do mito hitleriano.

obtiveram um sucesso assinalável. Mas não podemos esquecer, por outro lado, a incapacidade que o filme realista, produzido em pleno conflito, teve em manter a popularidade dos filmes iniciais, o que só pode ser considerado como um enorme fracasso.

Tal como acontecera com o cinema avant-garde soviético, também o cinema documental defendido por Grierson e a GPO Film Unit parecia ser demasiado erudito para a maioria da população britânica, mesmo apesar desta ter amadurecido bastante durante o interregno das duas grandes guerras sendo, agora, mais culta, informada, e por isso mesmo mais crítica. Por isso mesmo, e apesar de ser visível o papel que o cinema desempenhava como motor social no seio da população britânica, defendia-se, ao mesmo tempo, que esse papel apenas seria cumprido se os cinemas exibissem os filmes que as suas audiências queriam ver. Essa foi a razão pela qual poucos cinemas se mostraram disponíveis para exhibir um tipo de cinema que Jack Beddigton alcunhava de “demasiado esotérico” e que, desse modo, limitou a sua distribuição, o que acabou por condicionar o seu visionamento pela maioria dos espectadores. Nesse sentido – e à semelhança do que acontecera com todo o cinema que já analisámos previamente – o filme de propaganda inglês da Segunda Grande Guerra falhou novamente.

Depois das considerações que acabámos de tecer, não restam grandes dúvidas sobre a ineficácia de um cinema ao serviço da reformulação de ideologias e atitudes. No entanto, acredita-se, sim, no seu poder de “sugestão” ou “influência” e, por isso mesmo, permanece todavia a necessidade de reflectir sobre ele, e de que forma ele consolidou, ou não, a já referida estratégia geopolítica portuguesa em território africano, nomeadamente a restituição da soberania nacional em África aos olhos das restantes potências económicas, depois da afronta levada a cabo pela velha aliada com o ultimato inglês.

Nesse âmbito, a defesa do cinema realista como um meio de comunicação que possui “o poder de transmitir e tornar aceite uma mensagem, com a vantagem de ter a capacidade de reconstruir a realidade segundo os valores de quem o manipula”,<sup>139</sup> cai por terra a partir do momento em que os filmes não chegam ao seu público alvo. Apesar de em Fevereiro de 1935 se inaugurar a divulgação da mensagem política do regime através do aparecimento do cinema ambulante, a sua principal missão foi o de favorecer a exibição dos filmes financiadas pelo estado fora das salas comerciais, levando esse tipo de

---

<sup>139</sup> PAULO, Heloísa, Documentarismo e Propaganda – As Imagens e os Sons do Regime, in O Cinema sob o olhar de Salazar, Temas e Debates, Lisboa, 2001, p. 135

cinema até aos núcleos dos trabalhadores. Por isso, quando Heloísa Paulo refere que as missões cinegráficas levadas a cabo nas ex-colónias “trazem ao público da «metrópole», esteja ele situado em Portugal continental ou nos núcleos urbanos coloniais, cenas «pitorescas» das sociedades «locais»”,<sup>140</sup> ela deixa entender que de fora fica a distribuição dos filmes nacionais nos restantes países estrangeiros, assinaladamente aqueles em que seria frutuoso difundi-los. Ficam, deste modo, irremediavelmente condicionados os intentos do regime e, em última análise, a eficácia dos filmes que em seu benefício foram produzidos.

Quanto aos filmes propriamente dito, definimos 3 grandes categorias de estilo nos 9 filmes da Missão. Uma em que a missão evangelizadora é praticamente nula comparando – tal como o próprio narrador (Raul da Fonseca), refere na sua locução – com a qualidade educativa do mesmo. Estamos a falar do primeiro dos filmes da Missão a ser exibido: Exposição Histórica da Ocupação. Outra em que se privilegia a reportagem de um acontecimento, e que por isso o filme acaba condicionado pela necessidade de registar esse evento, como acontece em Viagem do Chefe de Estado às Colónias de Angola e S. Tomé e Príncipe. E uma última, sem dúvida a mais interessante, que se assume como um retrato “da vida do País, do seu passado histórico e do seu presente, onde a mensagem política aparece sob o pano de fundo da propaganda turística”.<sup>141</sup>

De notar, no entanto – e como seria de esperar – que todos eles têm elementos comuns, e que se reflectem, sobretudo, na estrutura dos seus enredos. Primeiro predominam (quando as há), as temáticas musicais, depois as arquitectónicas, seguem-se as históricas, e por último as campestres.

Se exceptuarmos a conducente Voz Off, em nenhum dos filmes podemos encontrar traços de uma ideologia vincada. É sabido que uma das grandes estratégias de Salazar foi a “retórica da invisibilidade”,<sup>142</sup> característica que levou, com certeza, Torgal a qualificar o Estado Novo como “uma forma de autoritarismo conservador e intervencionista sem propriamente se poder integrar na lógica dos regimes ditos «fascistas»”<sup>143</sup> como, por exemplo, acontecia na Alemanha.

---

<sup>140</sup> Ver nota 96

<sup>141</sup> Ibid, p. 108

<sup>142</sup> GIL, José, Salazar: a retórica da invisibilidade, Relógio d'Água, 1995

<sup>143</sup> TORRAL, Luís Reis, Estados Novos, Estado Novo, Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2009, p. 54

A diferença no cinema de ambos os países talvez se explique, entre outros tantos fenómenos, um pouco por isso, ou seja, na forma como a soberania do estado foi levado a cabo por ambos os governos.<sup>144</sup> A esse respeito, veja-se como a veiculação da mensagem propagandística portuguesa se faz notar mais sob o pressuposto da sua presença nos vários territórios ultramarinos, do que na criação de um mito Salazarista, à semelhança do que Goebbels quis fazer com Hitler.<sup>145</sup> O filme realista português pautase, sim, pela divulgação de “cenas da «vida» nas colónias, o habitat natural dos nativos e, em especial, o trabalho de colonização desenvolvido pelo regime”.<sup>146</sup>

A descrença de António Ferro (assim como Goebbels), numa propaganda pró-activa, – como defendia Hitler em *Mein Kampf* – levou à adopção de um discurso formal e estilístico que se pautou pela subtileza na veiculação da sua mensagem. Por essa razão, aquele que consideramos o mais evidente exemplo de uma estratégia desacertada por parte do SPN, da Agência-Geral das Colónias e, em última instância, da equipa que produziu os filmes da Missão Cinegráfica, está patente na falta de arrojo da Viagem do Chefe de Estado às Colónias de Angola e S. Tomé e Príncipe que – ocupando-se unicamente de reportar cinegraficamente a visita do chefe do Estado, Óscar Carmona, às colónias<sup>147</sup> – perde uma excelente oportunidade para, tal como *Triumph des Willens* o fez no congresso de Nuremberga, firmar o mito do Chefe do Estado Português.

Deste modo, se nos conseguirmos abstrair do conteúdo da locução, o cinema da Missão Cinegráfica às Colónias de África reflecte bastante mais um cinema que nos recorda os antigos *Travelogues*,<sup>148</sup> do que qualquer outro tipo de cinema de propaganda abordado neste ensaio. A maioria dos filmes (dos quais se exclui o primeiro) são, sobretudo, bilhetes postais animados pela imagem em movimento.

---

<sup>144</sup> Há a salientar que *Triumph des Willens* foi realizado a contra-corrente de Goebbels, o que poderá explicar, neste caso em particular, as enormes diferenças encontradas entre o cinema alemão e português, o último sob a alçada do SPN com António Ferro na direcção (alguém que – tal como o ministro da propaganda alemã – acreditava que a subtileza era o principal trunfo do qual qualquer propagandista se deveria servir se deveras almejasse a eficácia do seu discurso).

<sup>145</sup> Observação que, aliás, vai ao encontro daquilo que defendemos como principal motor da propaganda efectuada ao serviço do regime pela equipa da Missão.

<sup>146</sup> PAULO, Heloísa, *Documentarismo e Propaganda – As Imagens e os Sons do Regime*, in *O Cinema sob o olhar de Salazar*, Temas e Debates, Lisboa, 2001, p. 107

<sup>147</sup> Como se pode ler numa breve sinopse do filme, junto à sua ficha técnica na página 78 da autobiografia de António Lopes Ribeiro editado pela Cinemateca Portuguesa.

<sup>148</sup> Segundo a *Encyclopedia Britannica Online*, *Travelogue* é uma espécie de filme no qual o seu sucesso resulta, simplesmente, do entusiasmo que as pessoas têm em ver uma cultura estrangeira, ou um lugar distante.

Dito isto, há a referir que, se o cunho propagandístico do cinema da Missão não nos permite ser optimistas em relação à sua eficácia, não podemos ignorar o facto de que a este tipo de cinema se atribui, habitualmente, um carácter não ficcional, ou seja, algo próximo de uma realidade “fiel” nele retratada. Esta, apesar de ser uma questão mais complexa, deixa-nos alguma margem de manobra para efectivarmos a importância deste tipo de cinema. Na verdade, se prescindirmos da ideia de “fidelidade” que supostamente se quer fazer nele reproduzir, não podemos ignorar o filme realista como uma fonte maioritariamente fidedigna da realidade, pelo que, como valor documental, eles podem-se assumir como enormes contributos para o estudo do historiador. É, por isso, com afincos que apoiamos, solidários, medidas que contribuam para a recuperação de todo o espólio da cinematografia portuguesa do género (maioritariamente esquecida nas instalações do ANIM), a qual gostaríamos de, saudosamente, ver exibida um dia nas salas da Cinemateca Portuguesa.

## BIBLIOGRAFIA

- AITKEN, Ian, **Film and Reform: Jonh Grierson and the Documentary Film Movement**, Routledge, London, 1990
- ALDGATE, Anthony, e RICHARDS, Jeffrey, **Britain Can Take It: The British Cinema in the Second World War**, New Edition, Tauris, 2008
- ALMEIDA, Artur Ribeiro de, **Sugestões para o desenvolvimento do cinema português que a Sua Excelência o Presidente do Conselho tem a honra de apresentar**, [s.l.: s.n.], 1949
- ANTÓNIO, Lauro, **Cinema e censura em Portugal, 1926-1974**, Arcádia, Lisboa, 1978
- ARMES, Roy, **Film and reality: An Historial Survey** Penguins Books, cop 1974
- AZEVEDO, Manuel de, **Ambições e limites do cinema Português**, Serra Nova, Lisboa, 1945
- Cinema and Nation**, ed. Mette e Scott MacKenzie, Routledge, London, 2000
- Cinema e saúde mental: tese de concurso à Livre Docência de Clínica Psiquiátrica na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo**, J. Carvalhal Ribas, São Paulo, [s.n.], 1956
- Compact Edition of the Oxford English Dictionary**, Various, Vol. 2, Oxford, 1979
- COOK, David A, **A History of Narrative Film**, W. W. Norton & Company, 4ª ed., London, 2004
- CUBITT, Sean, **The Cinema Effect**, Cambridge: MIT Press, cop. IX, 2004
- DICKINSON, Roger, Ramaswami Harindranath e Olga Linné, **Approaches to audiences: a reader**, ed., London, 1998

EISENSTEIN, Sergei (autor), e LEYDA, Jay (tradutor), **Film Form: Essays in Film Theory**, Harcourt, 1969.

ESPAÑA, Ministério de Cultura, Secretaria General Técnica, **El Cine y el Estado**, Secretaria General Técnica, Madrid, 1979

FITZPATRICK, Sheila, **The Russian Revolution 1917-1932**, Oxford, 1982, pp. 45-46

FERRO, António, **Salazar. O homem e a sua obra**, 3ª ed., Fernando Pereira, 1982

FERRO, António, **Testo e Cinema: 1936-1949**, Secretariado Nacional de Informação, 1950

FRAZÃO, Luís Verol, **Estudo para o desenvolvimento e estabelecimento definitivo da indústria cinematográfica em Portugal**, [s.n.], Lisboa, 1955

GEADA, Eduardo, **O Imperialismo e Fascismo no cinema**, Moraes Editores, Lisboa, 1976

GIL, José, **Salazar: a retórica da invisibilidade**, Relógio d'Água, Lisboa, 1995

GUILDAY, Peter, **The Sacred Congregation de Propaganda Fide**, Catholic Historical Review, Vol. 6, N°4, 1921

HENRIQUES, Raquel Pereira, **António Ferro – Estudo e Antologia**, Publicações Alfa, Lisboa, 1990

HITLER, Adolf, e MANNHEIN, Ralph, **Mein Kampf**, Mariner Books, 1ª ed., London, 1998

KENEZ, Peter, **Cinema and Soviet Society, 1917-1953**, Cambridge, 1992, pp. 24

KENEZ, Peter, **The Birth of the Propaganda State: Soviet Methods of Mass Mobilization**, Cambridge, 1985

KERSHAW, Ian, **The “Hitler Myth”: Image and Reality in the Third Reich**, Oxford University Press, 1987

KRACAUER, Siegfried, **From Caligari to Hitler: a psychological history of the german film**, Princeton University Press, 2004

LEBEL, Jean Patrick, **Cinema e ideologia**, Editorial Estampa, Lisboa, 1972

**Lei de protecção ao cinema: documentação diversa**, Cinemateca Portuguesa [s.d.], 1946

LEISER, Erwin, **Nazi Cinema**, MacMillan Publishing Company, London, 1968

McLAIN, Ian, **Ministry of Morale: Home Front Morale and the Ministry of Information in World War II**, Allen & Unwin, London, 1979

MOLEY, Raymond, **Are we movie made?** Macy-Masius, New York, 1938

MONACO, James, **How to read a film: the art technology, language, history, and theory of film and media**, Oxford University Press, Oxford, 1981

MORGAN, Guy, **Red Roses Every Night. An Account of London Cinema Under Fire**, Quality Press, London, 1948

**Movies and Mass Culture**, ed. John Belton, Athlone, London, cop 1996

NEVES, J. A. Da Cruz, **Cinema e cultura**, Edições Estudos, Coimbra, 1946

**O Cinema sob o olhar de Salazar**, Alberto Pena Rodriguez, Álvaro Garrido, António Pedro Pita, e outros; Coordenação de Luís Reis Torgal, Circulo de Leitores, 2000

PEDRO, Maria Graciete, **Leitão de Barros e o cinema do Estado Novo**, [ca], 2 vols, 1990

- PEDRO, Maria Graciete, **Vinte anos de cinema ao serviço do Estado Novo: 1930-1950**, [s.n.], 2 vols, 1990
- PIÇARRA, Maria do Carmo, **Papel do jornal português na propaganda do Estado Novo**, [s.l.], 2002
- PINA, Luís, **Cinema e Informação**, [s.n.], [ca 19], Lisboa, 1951
- PINA, Luís, **Documentarismo educativo e cultural português**, Instituto Português de Cinema, Lisboa, 1977
- PETLEY, Julian, **Capital and Culture: German Cinema 1933-45**, British Film Institute, London, 1979
- PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, **António Lopes Ribeiro**, Cinemateca Portuguesa, 1983
- PRONAY, Nicholas, e SPRING, D. W., **Propaganda, Politics, and Film, 1918-1945**, Palgrave Macmillan, London, 1982
- QUALTER, Terence H., **Opinion Control in the Democracies**, Palgrave Macmillan, London, 1985
- RAMONET, Ignacio, **Propagandes silencieuses, télévision, cinéma**, Galilée, Paris, cop 2000
- REEVES, Nicholas, **Film Propaganda and its Audience: The Example of Britain's Official Films during the First World War** *Journal of Contemporary History*, 1983
- REGO, António Silva, **O Ultramar Português no Século XIX**, Lisboa, 1969
- RIBEIRO, António Lopes, **Belas-artes e malas-artes**, Edições a Rua, Lisboa, 1978
- RIBEIRO, M. Félix, **Filmes, figuras e factos da história do cinema português**, 1983

RICHARDS, Jeffrey, **The Age of the Dream Palace: Cinema and Society in Britain, 1930-1939**, I. B. Tauris Publishers, London, 1984

RICHARDS, Jeffrey, e SHERIDAN, D., **Mass Observation at the Movies**, Routledge, London, 1987

RODRIGUES, António, **António Ferro na idade do Jazz-band**, Lisboa, 1995

SERRÃO, Joaquim Veríssimo, **História de Portugal, 1890-1910**, Editorial Verbo, 1986, VOL. XIII

SMITH, Greg M. **Film Structure and The Emotion System**, Cambridge University Press, Cambridge, 2003

SPROULE, J. M., **Propaganda and democracy: The American experience of Media and Mass Persuasion**. New York: Cambridge University Press, 1997

STAIGER, Janet, **Perverse Spectators: the preactices of film reception**, New York University Press, New York, 2000

STEVENSON, John, **The penguin Social History of Britain: British Society 1914-1945**, Penguin, New ED ed., 1990

S. V. UTECHIN, Patricia, **V. I. Lenin, What Is To Be Done?** Manchester, 1970

TAYLOR, Richard (editor e tradutor), e CHRISTIE, Ian (co-editor), **The Film factory: Russian and Soviet Cinema in Documents 1896-1939**, London, 1988

TAYLOR, Richard, **The Politics of the Soviet Cinema 1917-1929**, London, 1979

TORGAL, Luís Reis, **Estados Novos, Estado Novo**, Vol. I, Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2009

USAI, Paolo Cherchi, Lorenzo Codelli, Carlo Montanaro e David Robison com Yuri Tsivian, **Silent Witnesses: Russian Films, 1908-1919**, Pordenone and London, 1989

VILLEGAS LÓPEZ, Manuel, **Arte, cine y sociedad**, Taurus, Madrid, 1959

VOOGD, Joop, **Le Cinema et l'état: rapport de la Commission de la Culture et de l'éducation**, Conseil de l'Europe, 1979

WELSH, David, **Propaganda and the German cinema, 1933-1945**, Tauris Publishers, London, 2001

WINSTON, Brian, **Claiming the Real: the Griersonian Documentary and Its Legitimations**, British Film Institute, London, 1995

XAVIER, Ismail, **O Discurso cinematográfico: opacidade e transparência**, Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1977

Z.A.B. Zeman, **Nazi Propaganda**, 2ª ed., Oxford University Press, London, 2002

## ARTIGOS

Actualidades Portuguesas *in* Cinéfilo, 396, 21 Março, 1936

BESSEL, Richard, The Rise of the NSDAP and the myth of Nazi propaganda, The Wiener Library Bulletin, 1980, Vol. 33, New Series, N°s. 51/52

Cinema português *in* Imagem, 28, 22 Maio, 1931

CULBERT, David, Leni Riefenstahl and the Diaries of Joseph Goebbels *in* Historical Journey of Film, Radio and Television, Vol. 13, No. 1, 1993

DIAS, A. Simões, Os estados e o cinema *in* Cinéfilo, 241, 1 Abril, 1933

FEIO, António, Os cem metros existem *in* Cine Jornal, 106, 25 Out., 1937

FERNADEZ, Baltazar, António Ferro e o cinema *in* Estúdio, 89, 05 Dez., 1956

FONSECA, Raul Faria, Exposição Histórica da Ocupação *in* Cine-Jornal n.º 111, 29 de Novembro, 1937

FRAGOSO, Fernando, A condição n.º 1 *in* Cine Jornal, 109, 15 Nov., 1937

FRAGOSO, Fernando, O cinema ao serviço da propaganda colonial *in* Cinéfilo, 285, 3 Fev. 1934

House of Lords Record Office (HLRO), Beaverbrook Papers, Series E, Vol. 14, File “Cinema General May 1917 3-2”, Beaverbrook to Hutton Wilson, 8 de Maio 1917.

LOIPERDINGER, Martin, e CULBERT, David, Leni Riefenstahl, the SA and the Nazi Party Rally films 1933-1934: Sieg des Glaubens and Triumph des Willens *in* Historical Journey of Film, Radio and Television, Vol. 8, No. 1, 1988

MATOS-CRUZ, José de, Portugal: o cinema de guerra *in* Portugal na segunda guerra mundial: contributos para uma reavaliação, 230-244

O documental internacional no período de entreguerras *in* Carlos Velo: itinerários do documental nos anos trinta, 45-59

Os paradoxos da lei dos cem metros *in* Cine Jornal, 117, 10 Março, 1938

PORTELA, Artur, O cinema de actualidade *in* Cinéfilo, 457, 22 Maio, 1937

Protecção do cinema português *in* O Cinema Português, 2, 25 Abril, 1949

RIBEIRO, António Lopes, Plano Geral. Filmes de propaganda *in* Animatógrafo, nº 4 (I série), Lisboa, 24 de Abril de 1933

Teatro e Cinema – livro bússola do cinema português *in* O Cinema Português, 33, 10 Agosto, 1950

WELLS, Paul, The documentary form: personal and social “realities” *in* Introduction to film studies, 212-235