

Garcia, J. L., Alves, T., Léonard, Y. (coord.) (2017). *Salazar, o Estado Novo e os Media*. Lisboa: Edições 70. (388 páginas). ISBN 9789724419770

Pedro Marques Gomes

---

**Edição electrónica**URL: <http://journals.openedition.org/cp/1892>

DOI: 10.4000/cp.1892

ISSN: 2183-2269

**Editora**

Escola Superior de Comunicação Social

**Refêrencia eletrónica**

Pedro Marques Gomes, « Garcia, J. L., Alves, T., Léonard, Y. (coord.) (2017). *Salazar, o Estado Novo e os Media*. Lisboa: Edições 70. (388 páginas). ISBN 9789724419770 », *Comunicação Pública* [Online], Vol.12 nº 23 | 2017, posto online no dia 15 dezembro 2017, consultado o 23 setembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/1892> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.1892>

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 23 setembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

---

Garcia, J. L., Alves, T., Léonard, Y.  
(coord.) (2017). *Salazar, o Estado Novo  
e os Media*. Lisboa: Edições 70. (388  
páginas). ISBN 9789724419770

Pedro Marques Gomes

---

## REFERÊNCIA

Garcia, J. L., Alves, T., Léonard, Y. (coord.) (2017) - *Salazar, o Estado Novo e os Media*. Lisboa: Edições 70, 388 páginas, ISBN 9789724419770

- 1 Na introdução à sua *Nova história da imprensa portuguesa*, José Tengarrinha, pioneiro nesta área de estudos, observa:

[D]urante muitos largos anos, em Portugal, considerou-se o jornalismo como um género menor, a *latere* da literatura, muito pouco a sua história preocupando os nossos investigadores históricos ou literários, embora eventualmente, pudessem recorrer a ele como fonte (2013: 16).
- 2 Se bem que, nas duas últimas décadas, a produção académica dedicada à história dos *media* tenha conhecido um considerável avanço, é ainda relativamente pouco desenvolvida em Portugal.
- 3 Não cabe neste texto explorar os motivos que levaram a este fenómeno, em parte contidos na citação de Tengarrinha, mas a sua referência motiva-nos, desde logo, a salientar a relevância da publicação *Salazar, o Estado Novo e os Media*, pelas Edições 70, em 2017. Coordenado por José Luís Garcia, Tânia Alves e Yves Léonard, esta obra apresenta-nos quinze textos da autoria de investigadores com formações variadas – História, Sociologia, Ciências da Comunicação –, de instituições diversas, de gerações diferentes, e com objetos de estudo que permitem cobrir, grosso modo, os longos anos do Estado Novo salazarista.

- 4 Acresce um texto introdutório que ultrapassa largamente a simples apresentação do livro e dos seus capítulos: problematiza aquelas que têm sido, segundo os coordenadores, as tendências de abordagem das investigações sobre os *media* e o Estado Novo, e revela, justificando, a pertinência da proposta de estudo apresentada nesta nova obra.
- 5 Relativamente à primeira questão, destacamos a evidência da “secundarização” do papel dos *media*, a redução à sua “condição” de fonte de informação, a sua abordagem enquanto mera “consequência das condições políticas determinadas” ou a marginalização da sua “relevância” para a “interpretação da história política do regime” (pp. 10-11). No que respeita ao ângulo de abordagem desta nova publicação, ele é exposto de forma clara. Sem recusar a importância de estudos realizados a partir de outras perspetivas (e elencando vários deles), os coordenadores deste livro defendem que “os processos de comunicação não devem ser considerados simples nexos funcionais do mundo social”, mas sim “perspetivados na sua dinâmica de criação, manutenção e alteração simbólica e cultural da sociedade” (p. 13).
- 6 Propõe-se trazer os *media* para primeiro plano, ao nível de objetos de estudo mais frequentes, como são, por exemplo, as instituições ou os grandes acontecimentos históricos – no fundo, perspetivando-os como atores políticos, na aceção de Héctor Borrat (1989). Porque, se os *media* – e os seus discursos – são consequência ou resultado de uma complexa teia de relações com outros campos de uma sociedade, eles são também responsáveis por transformações nesses mesmos – diversificados – domínios. Como referem Daniel Hallin e Paolo Mancini, os meios de comunicação são, efetivamente, “uma importante variável ‘exógena’, que afeta outras instituições políticas” (2014: 22). E não apenas políticas, acrescentaríamos nós.
- 7 À investigação académica coloca-se, portanto, o desafio de cruzar os múltiplos (ou tantos quanto for possível) aspetos que envolvem meios de comunicação social, não recusando, é certo, a análise do seu conteúdo, mas tentando entender outros aspetos, como os meios de produção, a práxis jornalística, as questões económico-empresariais, o engajamento político, etc. Em suma, poder-se-á dizer que, após a leitura das 388 páginas deste livro, é evidente que, se por um lado os *media* são aqui abordados a partir de perspetivas como a sociológica ou a histórica, por outro, os textos apresentam-nos também visões da história e do contexto e evolução sociológicos do Estado Novo.
- 8 O primeiro estudo é da autoria de Vasco Ribeiro. Recuando à monarquia, o investigador apresenta-nos aquele que “parece ter sido o primeiro espaço/serviço de difusão de informação subsidiada a surgir em Portugal” (pp. 46-47), ou, por outras palavras, o primeiro gabinete de imprensa que se dedicou a “induzir notícias” nos *media* (p. 25). A *Informação da Arcada*, como se chamou, passará pela I República e pela Ditadura Militar, sendo enquadrado no Secretariado da Propaganda Nacional, em 1936, e surgirá, ao longo do Estado Novo, como um “engenho de manipulação e gestão da opinião pública” (p. 46).
- 9 Nelson Ribeiro, no segundo capítulo, centra-se na rádio e em como Salazar a controlou nos seus primeiros anos de governação. Colocar a rádio ao serviço do regime, transmitindo os seus valores e ocultando informações que lhe fossem desfavoráveis, eis a estratégia do ditador português. Por isso, vão surgir programas que descrevem a I República como “a fonte de todos os males”, por oposição ao Estado Novo, que, no fundo, “era sempre retratado como tendo recuperado a honra de Portugal” (p. 53). Mas, consciente da importância e sucesso que a BBC, a voz de Londres, conquistara em

Portugal, em especial por transmitir notícias sobre a Guerra vedadas aos noticiários nacionais, Salazar acaba também por conseguir influenciar as suas opções editoriais, vindo o Estado Novo a ser motivo de um discurso laudatório na emissora britânica. O que este texto nos revela é, desde logo, a importância das emissoras de rádio neste período, a ponto de levar o ditador – e o regime – a definir uma estratégia de controlo nacional, mas também a partir do exterior. Salazar não tinha, como aqui fica claro, uma relação próxima com os microfones da rádio, mas nem por isso ignorava o facto de esta congregar à sua volta todas as classes sociais, o que lhe conferia uma relevância extrema.

- 10 No terceiro capítulo, Joaquim Cardoso Gomes debruça-se sobre a imprensa de província. Através de uma pesquisa exaustiva de processos de jornais em diversos arquivos, revela-nos as principais características dessa imprensa, salientando a posição do regime salazarista quanto “à necessidade do seu controlo político pela proximidade das pessoas” (p. 76). Apesar da censura, “o desígnio salazarista de criação de uma base alargada de suporte do regime com uma rede de imprensa de província revelou-se um fracasso”, constata o autor. (p. 99).
- 11 Alberto Pena-Rodríguez foca a sua atenção na propaganda realizada através da imprensa portuguesa contra o governo espanhol, no contexto da Guerra Civil de Espanha. Segundo o autor, houve uma “visceral campanha contra a II República” (p. 103), levada a cabo pelo Estado Novo, propagando a ideia de que a Frente Popular, que vencera as eleições de 16 de fevereiro de 1936, “representava os interesses da Internacional Comunista” (p. 104). Uma campanha que não se limitava aos *media*, mas que acabava por ser, mesmo quando decorria em atos oficiais, veiculada pelos *media*. A imprensa, em particular, assume um relevante papel propagandístico ao “transformar-se na defensora da opinião pública mundial contra os ‘vermelhos’ de Madrid” (p. 116). O corte de relações de Salazar com a II República, em outubro de 1936, intensifica, conclui o investigador, a sua postura anticomunista e a “colaboração estratégica” com Franco.
- 12 Também sobre a temática da propaganda, o capítulo cinco é assinado por Júlia Leitão de Barros. De acordo com a historiadora, entre 1940 e 1942, a “arma da propaganda” é “plenamente assumida como uma variante da atividade diplomática” e vista como um modo “particularmente eficaz de pressão sobre governos neutrais” (pp. 128-129). A imprensa apresenta-se, neste âmbito, como uma peça-chave, um veículo privilegiado de transmissão de mensagens. Portugal, ao manter o seu estatuto neutral, acabaria por motivar um enorme interesse nos países beligerantes. Consciente disso, e tentando não perder o controlo da situação, o governo de Salazar aprova a criação de “poderosos aparelhos de propaganda beligerante em Portugal durante este conflito” (p. 148).
- 13 Jacinto Godinho sugere a noção de “espetáculo do sigilo”, que representa os mecanismos de controlo de formas de visibilidade – no caso, da polícia política em relação às oposições ao Estado Novo e dos castigos que lhes eram aplicados. Mostra que espectros como os “dos agentes de gabardines”, o “medo do Aljube” ou as “torturas da Rua António Maria Cardoso” (onde se localizava a sede da PIDE) são fundamentais para instaurar o medo. No entanto, tais mecanismos inserem-se numa estratégia concreta para atingir esse fim - “pretendia negar, ocultar, tornar confidenciais, essas práticas” (como torturas e perseguições) -, mas que, simultaneamente, tinha na base uma “produção de ‘estórias’ que circulavam de forma transversal sob a forma de rumor, de lenda, que toda a gente conhecia, exagerando o seu conteúdo” (p.164).

- 14 O sétimo capítulo, da autoria do historiador francês Yves Léonard, revela como Salazar foi “visto de fora” - no caso concreto, a partir de França. É que, se o ditador “foge da multidão e detesta falar em público, aprecia o *tête-à-tête* onde se supera” (p. 174). Captando esta característica de Salazar, António Ferro, diretor do Secretariado da Propaganda Nacional, vai potenciá-la, sendo a base da estratégia de criação de uma imagem de Salazar fora de Portugal. Terá o seu sucesso, traduzido em elogios de jornalistas e intelectuais franceses que o retratam como “o paradigma do chefe de governo conduzindo o seu país à ordem e estabilidade” (p. 178). Porém, a política ultramarina seguida no Estado Novo acabará por abalar esta visão favorável de Salazar, surgindo várias críticas públicas. Fica claro que a imagem de Salazar “visto de fora” não é linear, passando de uma tentativa de o “humanizar” até a uma fase de “claro-obsuro”, nas palavras de Léonard.
- 15 Entender como o *Notícias Ilustrado* (suplemento do *Diário de Notícias*) retratou visualmente Salazar é o ponto de partida do texto de Filomena Serra e Eduardo Cintra Torres. Desde 1928, em que a representação da imagem de um “chefe em potência” é feita de forma cautelosa, passando, no ano seguinte, já como ministro das Finanças, a “homem-forte”, ao “chefe em construção”, até chegar, em 1932, à imagem de “chefe confirmado” e “incontestado”, o *Notícias Ilustrado* vai recorrer a montagens e fotomontagens para ajudar a construir essa imagem de Salazar como “chefe”. Nesse sentido, a revista serviu, de facto, o ditador, salientando o seu carisma, humanizando-o ou recorrendo à mitificação do seu passado. Através de uma apurada recolha e análise das imagens publicadas, contextualizando-as e explicando as particularidades do *Notícias Ilustrado*, os autores acabam por concluir que, efetivamente, houve “uma adequação perfeita da representação fotográfica e gráfica de Salazar ao seu percurso político, ao seu perfil, ao seu programa, à sua autodefinição e à sua autopropaganda” (p. 232).
- 16 José Nuno Matos assina o nono capítulo, com um estudo sobre a representação de Salazar nos jornais *A Batalha* e *Avante*, isto é, órgãos que se lhe opunham. Neste trabalho, que compreende o período de 1933 a 1968, o autor parte da caracterização dos dois periódicos clandestinos ligados ao movimento operário, para assim analisar com maior profundidade discursos e imagens. Destaca-se o facto de *A Batalha* conceder particular atenção à “denúncia da repressão”, responsabilizando Salazar (p. 241) e criticando-o duramente nas suas páginas. O *Avante*, por sua vez, não deixando de destacar o protagonismo de Salazar (atacando-o), sublinha a diferença entre o “líder e o regime”, sendo a este último atribuído “não só um pendor político, mas igualmente económico” (p. 256).
- 17 Analisando a imprensa angolana, especificamente o jornal *O Intransigente*, Isadora Ataíde mostra como este periódico apoiou Salazar e o Estado Novo, passando de uma fase de crítica, ainda que moderada, às políticas do Governo e do regime (essencialmente até 1937) para outra diametralmente oposta, de propaganda e defesa, nomeadamente da política colonial, e de aproximação do ditador à população de Benguela, Nova Lisboa e Lobito, áreas de circulação do jornal.
- 18 O ano de 1961, que marca o início da guerra em Angola, é estudado por Tânia Alves e José Luís Garcia. Analisando a imprensa nacional e internacional (francesa e britânica), concluem que, ao contrário dos jornais estrangeiros, que dão conta da mobilização de militares para Angola logo em fevereiro de 1961, os nacionais apenas a noticiam após o discurso de Salazar ao país, em meados de abril. Sob um forte mecanismo de censura e

de controlo de linhas editoriais, a imprensa acabará por destacar o conflito, mas seguindo uma estratégia de ‘desinformação’. Daí que uma das principais conclusões dos investigadores nos revele um duplo sentido no discurso jornalístico:

A imprensa foi, por um lado, promotora de confiança em Salazar e na decisão de avançar para a guerra, por outro, impulsionadora da apologia do império de um modo tal que fizesse com que os portugueses tivessem a sensação de terem pretendido os atos do governo e tivessem o reflexo automático de embarcar para Angola (p. 322).

- 19 No 12.º capítulo, Francisco Rui Cádima escreve sobre a televisão no Estado Novo, chegando à conclusão de que, com exceção de Marcello Caetano ainda como ministro da Presidência, o regime não olhou para a televisão enquanto possível e eficaz meio de propaganda, ou, pelo menos, não teve uma visão “estruturada e organizada” nesse domínio (p. 335). Por isso, conclui o investigador, “Salazar foi de facto uma ‘natureza morta’ na RTP” (p. 340). Diferentemente, por conseguinte, da estratégia seguida para a imprensa.
- 20 A análise da entrevista concedida por Salazar a um dos principais jornais franceses, o conservador *L’Aurore*, e das suas repercussões na imprensa portuguesa é a proposta de João Figueira. Contrastando com o grande destaque conferido pelo diário francês, que coloca no título a frase “Salazar acredita que ainda governa Portugal”, revelando que o ditador vivia convencido de que ainda era o presidente do Conselho, a imprensa nacional pouco ou nenhum relevo concede à entrevista, daí a expressão utilizada pelo investigador: “a ditadura censura o ditador”. Os jornais portugueses não dão, de todo, a ideia escolhida para título da entrevista do *L’Aurore*. Era, como conclui João Figueira, “a síntese final de um percurso pleno de equívocos e em que o Salazarismo se sobrepunha já a Salazar” (p. 361). O mais importante era, sem dúvida, controlar a imagem pública do regime.
- 21 Terá o discurso jornalístico sobre a morte de Salazar assumido formas de propaganda? A questão colocada por Helena Lima levou a investigadora a uma análise detalhada da imprensa dias antes e depois da morte do ditador. Apesar de todos optarem, compreensivelmente, por destacar o agravamento do estado de saúde e a morte de Salazar, as estratégias adotadas tiveram características distintas. Desde logo, com alguns jornais – como *O Comércio do Porto* e *O Primeiro de Janeiro* – a optarem por destacar imagens da ditadura e outros – caso do *Diário de Notícias* e de *O Século* – cuja aposta foi, sobretudo, a nível textual, nomeadamente através da publicação dos discursos do antigo presidente do Conselho. Os diários lisboetas assumem, conclui-se no artigo, um papel mais ativo de propaganda do que os portugueses, tendo em conta o seu léxico e o destaque dado, nas suas páginas, à doença e morte de Oliveira Salazar.
- 22 Finalmente, um curto mas fundamental texto de José Tengarrinha. Uma síntese sobre a relação entre o Estado Novo e os *media*, estabelecendo fases com características, estratégias e resultados distintos, e ainda revelando a necessidade de algumas reinterpretações quanto a essa relação. No fundamental, sublinha Tengarrinha, não se tem prestado “suficiente atenção à análise do papel da imprensa no processo de formação de um ‘bloco de opinião’ favorável ao regime, o que nos remete para um mais exigente exame dos conteúdos” (p. 385).
- 23 Em suma, os 15 capítulos que estruturam este livro proporcionam várias leituras sobre as múltiplas dimensões da relação dos *media* com Salazar e de Salazar com os *media*. A variedade de órgãos de comunicação social estudados é, só por si, reveladora:

portugueses e estrangeiros, regionais ou de âmbito nacional, focando narrativas textuais, visuais e/ou sonoras, sem esquecer, é claro, as estratégias do regime, dos seus opositores, apoiantes ou dos próprios *media*.

- 24 Por outro lado, esta obra remete também para uma tendência de estudo deste período (e, porventura, da história dos *media* em geral), privilegiando a imprensa, em detrimento da televisão e da rádio. Também neste domínio, o livro *Salazar, o Estado Novo e os Media* poderá lançar pistas para novas investigações acerca desses meios de comunicação.

---

## BIBLIOGRAFIA

Borrat, H. (1989). *El Periódico, Actor Político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Hallin, D. C. e Mancini, P. (2010). *Sistemas de Media: Estudo Comparativo. Três Modelos de Comunicação e Política*. Lisboa: Livros Horizonte.

Tengarrinha, J. (2013). *Nova História da Imprensa Portuguesa: das Origens a 1865*. Lisboa: Temas e Debates.

## AUTOR

### PEDRO MARQUES GOMES

Instituto de História Contemporânea, IHC,  
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, FCSH,  
Universidade Nova de Lisboa  
Av. Berna, 26 C  
1069-061 Lisboa  
Portugal  
pedromarquesgomes@gmail.com