

Revista mantida por grupos de pesquisa em História sediados na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), na Universidade Federal de Sergipe (UFS) e na Universidade Regional do Cariri (URCA), especializada na publicação de artigos de revisão e resenhas de livros de História e Memória.



Carlos Fico | Imagem: [Ciência Hoje](#)

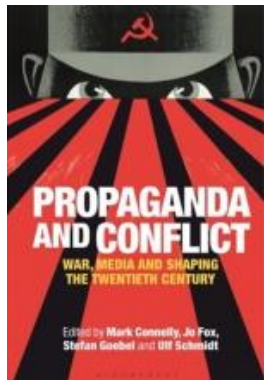
Moldando a violência – Resenha de *Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century*, organizado por Mark Conelly, Stefan Goebel, Ulf Schmidt e Jo Fox

Fernanda Victoria Góes Marques (UFS)

Resumo: *Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century*, organizado por Mark Conelly, Stefan Goebel, Ulf Schmidt e Jo Fox, busca analisar a propaganda do século XX, da Primeira Guerra à Guerra Fria. Limita-se pela predominância do olhar britânico. Ressalta-se pela diversidade temática, profundidade analítica e relevância historiográfica.

Palavras-chave: propaganda; século XX; Guerra Fria; Primeira Guerra Mundial; comunicação política.

Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century tem como objetivo apresentar os modos como a propaganda se apresenta em diversos momentos do século XX, desde a Primeira Guerra Mundial até a Guerra Fria. O livro foi organizado por Mark Conelly, Stefan Goebel, Ulf Schmidt e Jo Fox, também responsáveis pela escrita do prólogo e da introdução das partes um, dois e três.



O livro nasceu de um simpósio organizado pelo Centro de História da Guerra da Universidade de Kent, no Reino Unido. Os artigos submetidos para apresentação foram reunidos e publicados em forma de coletânea com vários autores pela editora Bloomsbury Academy, em 2019. Seus organizadores são experientes na História Moderna, com foco na pesquisa de propagandas de guerra: Conelly e Goebel, professores de História Moderna Britânica na Universidade de Kent. Goebel também é Diretor do Centro de História da Guerra, Mídia e Sociedade na mesma universidade. Schmidt foi professor de História Moderna na Universidade de Kent e liderou o Centro de História da Medicina, Ética e Humanidades Médicas, atualmente lecionando na Universidade de Hamburgo. Já Fox foi professora de História Moderna na Universidade de Londres e atualmente leciona na pós-graduação da mesma instituição.

A primeira parte, composta pelos capítulos 1, 2 e 3, oferece uma análise aprofundada de como a propaganda foi empregada para moldar percepções e comportamentos durante períodos de conflito e instabilidade. A segunda parte, que inclui os capítulos 4, 5, 6, 7 e 8, examina como a propaganda foi utilizada durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), destacando a colaboração entre artistas, cineastas e governos para moldar a opinião pública e sustentar o esforço de guerra. Por último, composta pelos capítulos 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 15, a terceira parte aborda a evolução da propaganda no período pós-Segunda Guerra, destacando sua adaptação às novas realidades políticas e tecnológicas da Guerra Fria (1947-1994). As partes, como vemos, reúnem textos com temáticas diferentes. Para a melhor compreensão, resumimos os textos e partes em quatro blocos que tratam de propaganda visual, propaganda fílmica, propaganda oral/diplomática e propaganda militar, além dos prólogos.

O prólogo inicia abordando um tema visto como um mal deste século e que se torna material de propaganda de políticos e apoiadores políticos com intenções nocivas: as fake News. Fazendo um estudo a partir do primeiro governo de Donald Trump (1946-), que durou de 2016 a 2020, autores descrevem a atividade de propaganda, desde o período atual até conduzir o leitor à Primeira Guerra Mundial (1914-1918), onde a propaganda, como a conhecemos hoje, foi introduzida e utilizada para combater ou transmitir mensagens.

O bloco referente às propagandas visuais ou impressas corresponde aos capítulos 1, 3 e 14. O primeiro capítulo faz um estudo aprofundado sobre a integração da propaganda às estratégias militares na Primeira Guerra Mundial, destacando o papel do Marechal Earl Kitchener (1850-1916), secretário de Estado da Guerra, e a coluna *Amiens Dispatch*, responsável por fornecer ao público mais notícias sobre a guerra e os avanços do seu país. O capítulo 3 investiga casos de apropriação e censura de obras de arte, além de examinar o início do processo (ou tentativa) de recuperação de obras de artes que foram roubadas por nazistas durante a Segunda Guerra Mundial. Já o capítulo 14 traz uma análise de materiais de recrutamento, como a propaganda impressa, e como eles refletiam as mudanças sociais e políticas da época, de 1960 a 1985.

As propagandas fílmicas, que ganharam mais força no período da Segunda Guerra, correspondem ao segundo bloco e estão presentes nos capítulos 4, 5, 6, 10, 12 e 15. A atividade foi uma estratégia cada vez mais utilizada ao longo do tempo, não apenas pelos estúdios britânicos, mas também pelos alemães e, posteriormente, pelos estadunidenses.

O capítulo 4 trata do poeta inglês Dylan Thomas (1914-1953), que se tornou roteirista dos chamados “war films” [filmes de guerra], produzidos como propaganda britânica com a principal finalidade de mostrar às pessoas os feitos de sua terra natal, incentivando-as a valorizar os que estão lutando para vencer na guerra.

O capítulo 5 apresenta o diretor britânico Alfred Hitchcock (1899-1980) como um propagandista, fazendo uma breve análise de alguns de seus filmes, a exemplo de “Foreign Correspondent (1940)”, “Saboteur (1942)” e “Lifeboat (1943)”. Por fim, o capítulo 6 destaca produções menos conhecidas que desempenharam papéis significativos na propaganda, mas que foram negligenciadas pela historiografia tradicional.

O capítulo 10, escrito por Julie Anderson, analisa campanhas do Reino Unido que visavam reintegrar veteranos de guerra e promover uma imagem positiva da nação enquanto iniciavam o processo de reconstrução do país após o conflito, trazendo à tona a representação da propaganda britânica por meio da análise do filme “The Undefeated” (1950). Saindo um pouco do cinema em inglês, o texto de James Farley apresenta os filmes “Liu Hulan” (1950), “Dong Cunrui (1955)” e “Shang Gan Ling” (1956), explorando como o cinema chinês retratou o “Trabalhador Modelo” para promover ideais comunistas e consolidar o poder do Partido Comunista Chinês (PCC). Já o capítulo escrito por Fabrice d'Almeida reflete sobre a produção da série documental transmitida pela Canadian Broadcasting Corporation (CBC) “Love, Hate and Propaganda”, que examina o papel da propaganda em conflitos do século XX.

Outra forma bastante comum são as propagandas orais ou diplomáticas, aqui agrupadas no terceiro bloco, trabalhadas pelos capítulos 2 e 11. O capítulo 2 examina as percepções de Winston Churchill sobre o exército francês no período entre as duas guerras mundiais e os usos que ele fez de discursos e escritos para moldar a opinião pública e influenciar políticas de defesa, enfatizando a importância da França como aliada estratégica. O capítulo escrito por Edward Corse aborda os eventos da Cortina de Ferro, investigando as atividades culturais do British Council na Polônia, utilizando a cultura como ferramenta de influência durante a Guerra Fria, além de servir como uma ponte com os países por trás da cortina.

No último bloco, temos os capítulos caracterizados como propaganda ou ação militar. O capítulo 7 aborda as operações do Special Operation Executive (SOE) britânico, que utilizou propaganda clandestina para influenciar a resistência grega contra as forças italianas. O 8 explora como o governo britânico lidou com a descoberta do massacre de Katyn, onde inúmeros poloneses foram mortos, equilibrando considerações diplomáticas com a necessidade de controlar a narrativa pública. O capítulo 9 analisa experimentos médicos realizados pelos Estados Unidos durante a guerra, nos quais voluntários foram submetidos à malária sob a justificativa de contribuir para a ciência, além de levantar o moral das pesquisas científicas ligadas ao Estado e moldar a percepção pública. Por fim, o capítulo 13 foca nas intervenções diplomáticas e militares dos Estados Unidos, discutindo estratégias para combater a propaganda soviética, destacando esforços de diplomacia pública e comunicação estratégica.

O epílogo, escrito pelo historiador e pesquisador inglês David Welch, apresenta um panorama geral da propaganda no século XXI. Welch argumenta que vivemos numa era na qual todos somos, de certa forma, propagandistas. Ele destaca o fenômeno das “fake

news” como uma forma moderna de propaganda, na qual conteúdos manipulados e desinformação têm efeito político e social real, muitas vezes mais eficazes que campanhas oficiais. Conclui que a propaganda não é uma relíquia do passado, mas algo que evoluiu e se disseminou.

Apesar de possuir uma sequência de fatos compreensível, percebemos que os autores, em sua maioria, mantiveram apenas o ponto de vista britânico em suas escritas. Mesmo havendo textos sobre os Estados Unidos e a China, os autores deixam de lado propagandas de outros países que também teriam sido importantes para a compreensão dos períodos citados.

Contudo, esses fatores não alteram a relevância da coletânea, que atende ao que o seu título propõe ao evidenciar os tipos de propaganda mais comuns e trazer ou retomar temas pouco discutidos ou trabalhados. Além disso, o livro evidencia o quanto a propaganda foi se aprimorando e ganhando espaço até as primeiras décadas do século XXI. Assim, compreendemos que *Propaganda and Conflict* é um livro dedicado ao uso acadêmico de quem se interessa pelos conflitos que marcaram o século XX e outros tópicos que se interessam pela história contemporânea, abordando temas como poder, influência, diplomacia, comunicação e mídia, não só na Europa, mas em outras partes do mundo.

Referências

CONNELLY, Mark et. al (org). *Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century*. Grã-Bretanha: Bloomsbury Academy, 2019.

Sumário da obra

Prologue | Mark Connelly, Jo Fox, Stefan Goebel & Ulf Schmidt

Parte I The First World War and Inter-War period

Introdução | Mark Connelly, Jo Fox, Stefan Goebel & Ulf Schmidt

1. Strategy and Propaganda | Stephen Badsey

2. Churchill on the French Army between the Two World Wars | Antoine Capet

3. Art Under Dictatorship | Ulf Schmidt & Katja Schmidt Mai

Parte II The Second World War

Introdução | Mark Connelly, Jo Fox, Stefan Goebel & Ulf Schmidt

4. Dylan Thomas and British Film Propaganda in the Second World War | Richard Taylor

5. Hitchcock as a Propagandist | James Chapman

6. The Films We Forgot to Remember | Jeffrey Richards

7. The SOE and Covert Propaganda during the Greco Italian War 1940–1 | Marina Petraki

8. The Interplay of Diplomacy and Propaganda | Gaynor Johnson

Parte III Post War and Cold War

Introdução | Mark Connelly, Jo Fox, Stefan Goebel & Ulf Schmidt

9. A Wartime Medical Experiment as Propaganda | Katja Schmidt Mai & Jonathan Moreno

10. Propaganda, Rehabilitation and Post War Britain | Julie Anderson

11. The British Council Behind the Iron Curtain | Edward Corse

12. From Civil War to Cold War | James Farley
 13. Counter Propaganda | Nicholas J. Cull
 14. Printed Propaganda in the Recruitment of the Regular British Armed Forces, 1960–85 | Peter Johnston
 15. Love, Hate and Propaganda | Fabrice d’Almeida
- Epilogue | David Welch
-

Resenhista



Fernanda Victória Goés Marques é mestranda e graduada em História pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Publicou, entre outros trabalhos, [Afinal, quem é Edith Cavell?](#) e [Hitler, Mickey Mouse e o Cinema](#). Atua como professora na educação básica, no nível fundamental e investiga, principalmente, a Primeira e a Segunda Guerra Mundial e cinema, em perspectiva comparada. ID Currículo Lattes: <https://lattes.cnpq.br/8450204222279399>. ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9362-3269>; E-mail: nandavictoria44@gmail.com.

Para citar esta resenha

CONNELLY, Mark et. al (org). *Propaganda and Conflict: War, Media and Shaping the Twentieth Century*. Grã-Bretanha: Bloomsbury Academy, 2019. 350 p. Resenha de Fernanda Marques. Imagens que moldam a violência. *Crítica Historiográfica*. Natal, v. 5, n. 24, p. 24-28, jul./ago., 2025.

© – Os autores que publicam em *Crítica Historiográfica* concordam com a distribuição, remixagem, adaptação e criação a partir de seus textos, mesmo para fins comerciais, desde que lhes sejam garantidos os devidos créditos pelas criações originais. (CC BY-SA).