



Universiteit  
Leiden  
The Netherlands

## **A ditadura militar e a governança da água no Brasil : ideologia, poderes político-econômico e sociedade civil na construção das hidrelétricas de grande porte**

Souza Braga, F. de

### **Citation**

Souza Braga, F. de. (2020, March 12). *A ditadura militar e a governança da água no Brasil : ideologia, poderes político-econômico e sociedade civil na construção das hidrelétricas de grande porte*. CRC Press/ Balkema, Leiden. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/86279>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/86279>

**Note:** To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/86279> holds various files of this Leiden University dissertation.

**Author:** Souza Braga, F. de

**Title:** A ditadura militar e a governança da água no Brasil : ideologia, poderes político-econômico e sociedade civil na construção das hidrelétricas de grande porte

**Issue Date:** 2020-03-12

# 4

## CONTROLE DA INFORMAÇÃO E LEGITIMAÇÃO DAS HIDRELÉTRICAS DE GRANDE PORTE POR MEIO DA PROPAGANDA GOVERNAMENTAL E COMERCIAL

*“Louvo na origem progressista da imprensa de meu país a grande multiplicadora de ideias e o instrumento indispensável à mobilização dos recursos humanos para o nosso desenvolvimento econômico”.*<sup>125</sup>

Presidente general Médici, setembro de 1970.

*“O poder da ideologia me faz pensar nessas manhãs orvalhadas de nevoeiro em que mal vemos o perfil dos ciprestes como sombras que parecem muito mais manchas das sombras mesmas. Sabemos que há algo metido na penumbra mais não o divisamos bem. A própria “miopia” que nos acomete dificulta a percepção mais clara, mais nítida da sombra. Mais séria ainda é a possibilidade que temos de docilmente aceitar que o que vemos e ouvimos é o que na verdade é, e não a verdade distorcida.”*<sup>126</sup>

Paulo Freire

---

<sup>125</sup> Pronunciamento do presidente Médici na inauguração da sede do Sindicato dos Jornalistas, em São Paulo, setembro de 1970. *O Estado de São Paulo*, setembro de 1970.

<sup>126</sup> Freire, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

Ideias complexas têm maior potencial de criar significações e identificação se se apresentam com simplicidade. Essa premissa parece ter orientado, de certa forma, a criação de um discurso que traduzisse as ideologias presentes, tais como o desenvolvimentismo e a segurança nacional, para a população durante a ditadura militar.

Naquele período, todo um discurso voltado à ideia de um país cheio de potencialidades, devidas principalmente às suas riquezas naturais, mas também ao caráter batalhador e alegre do povo, foi utilizado para criar o imaginário do “Brasil Grande” ou “Brasil Potência”, a tradução de um ideal de grandeza nacional, ordem social e desenvolvimento econômico. Para além disso, se tratou de uma estratégia ideológica, que utilizou um processo complexo de representações e jogos de interesses sociais, políticos e econômicos, contribuindo para a sedimentação de um “verde-amarelismo” surgido na sociedade brasileira muitas décadas antes, para exaltar o agrarismo e a extensão do território (Chauí, 2000)

As referências ao subsolo “mais rico do mundo” – especialmente quando da descoberta de Carajás –, à fronteira agrícola, à abundância de água, à floresta rica e exuberante a ser dominada e ocupada conclamavam a participação e a responsabilidade de todos os brasileiros no desenvolvimento do país.<sup>127</sup> Segundo o ministro do interior Costa Cavalcanti “o desenvolvimento de um país baseia-se na confiança, participação, esforço e determinismo de seu povo.”<sup>128</sup>

O regime militar ressignificou uma filosofia das esperanças históricas de um “país formidável”, “de futuro” e uma tendência de longa duração no Brasil: a construção de uma visão otimista sobre o país, que se contrapõe e ofusca uma outra, de cunho pessimista (Fico, 1997) e que, de certa forma, é responsável pela passividade da população frente aos desmandos da política brasileira.<sup>129</sup>

---

<sup>127</sup> O Brasil, aliás, sofreu uma espécie de personificação, como na campanha “O Brasil que os brasileiros estão fazendo”, de 1978: “No sul do país, o Brasil construiu e está construindo barragens em quase todos os rios onde podia ter usinas para a produção de energia elétrica” *Spot* de rádio da AERP, Arquivo Nacional.

<sup>128</sup> 1º seminário sobre a realidade amazônica, realizado em Florianópolis – cidade localizada no sul do Brasil, diga-se de passagem –, em 1973.

<sup>129</sup> As ideias de otimismo e pessimismo no Brasil estiveram presentes praticamente desde a invasão portuguesa, mas, sobretudo após a independência, tiveram como aspectos positivos a natureza exuberante e a mistura das três raças e, como aspectos negativos, a preguiça, a sensualidade permissiva, a ignorância, a indolência entre outros. No Estado Novo (1937-1945), no entanto, foram criadas as matrizes ideológicas que seriam mais tarde utilizadas pela ditadura militar: a mistura de raças, a crença no caráter benevolente e pacífico do povo brasileiro, o enaltecimento do trabalho e uma ideia de nação coesa e cooperativa. Nos anos 1950, essas ideias ganharam força, mas tendo como referencial o “povo brasileiro” como portador da tradição, da transformação ou da contestação

As representações do mundo, ou o imaginário social, são influenciadas pelos interesses dos grupos que as forjam e, por isso, as lutas simbólicas pela imposição de representações têm tanta importância quanto as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais os grupos impõem, ou tentam impor, a sua concepção do mundo e os seus valores sobre outras concepções e valores possíveis (Sánchez, 2003).

Cabe dizer que o poder dos grupos dominantes é mantido e reproduzido por sua capacidade de comunicar, pelos meios disponíveis e através de todos os outros níveis e divisões sociais, seus valores e uma imagem do mundo consoante com sua própria experiência (Cosgrove, 2004). Assim, “[...] a construção de imagens opera necessariamente com sínteses, seletivas e parciais, que dão relevância a alguns aspectos e omitem outros, respondendo ao universo especial de interesses dos sujeitos que as constroem e aos objetivos que se pretende atingir.” (Sánchez, 2003:117).

Para Zukin, a circulação de imagens para consumo visual é inseparável das estruturas centralizadas do poder econômico: “[...] com os meios de produção tão concentrados e os meios de consumo tão difusos, a comunicação dessas imagens torna-se um meio de controle tanto do conhecimento quanto da imaginação: uma forma de controle social.” (Zukin, 2000:96).

O imaginário social é, muitas vezes, orientado pelas mídias e pelas decisões políticas e econômicas tomadas em instâncias que, embora algumas vezes os considere, vão além dos indivíduos. Nesse sentido, poder-se-ia deduzir que as mídias contribuem para a produção da comunhão, da coesão social, produzindo intensos sentimentos coletivos, pela partilha das imagens, possibilitada pelos diversos meios de comunicação em ação nas sociedades. Cabe dizer que os detentores do poder geralmente são os que detêm o controle dos meios de comunicação (Schneider, 2017).

Pode-se afirmar, desse modo, que essa ideia de “Brasil Grande” teve como foco principal a aprovação dos governos militares – e do seu golpe de estado – e da intervenção estatal na economia, subsistindo como um movimento simbólico, que visava comunicar e legitimar as estratégias governamentais adotadas e as intervenções espaciais realizadas.<sup>130</sup>

---

(Fico, 1997). Houve aí uma “consciência do subdesenvolvimento” – sobretudo depois dos trabalhos do ISEB – mas também uma expectativa de futuro. O slogan da campanha de Juscelino Kubitschek: “50 anos em 5”, por exemplo, viria a se casar bem com essas ideias e alimentar, de alguma forma, a esperança no futuro do país. A visão otimista do Brasil se constituiu na base de um auto reconhecimento social e identitário do brasileiro, que passou a se identificar com a imagem de otimista, esperançoso e crente no futuro.

<sup>130</sup> Uma das demonstrações da importância do discurso para legitimar as práticas é que os militares no poder, naquele período, passaram a chamar o seu golpe de estado de “revolução”, como forma de justificá-lo (Toledo, 2004).

Dito de outro modo, o “Brasil Grande” se tratou, por fim, de um imaginário social criado para sustentar uma ideologia desenvolvimentista e de segurança nacional, que beneficiava a determinados grupos sociais, como o empresariado, por meio da consecução de obras “faraônicas”, que são uma das marcas do regime militar, e significaram, por fim, grandes contratos e grandes financiamentos. Nesse sentido, o “Brasil Grande” foi uma mistura de referências que atendiam tanto a uma classe média sedenta por crescimento econômico e boas possibilidades de negócios e vantagens, como para o pobre, que, agora sendo habitante das cidades, via esse caminho como uma oportunidade para se inserir na sociedade de consumo e contribuir para o desenvolvimento do país. Uma euforia apoiada, sobretudo, pelo “milagre econômico”, que deu força ao discurso ufanista.

Sendo o discurso um suporte abstrato que sustenta os vários textos que circulam em uma sociedade (filmes, programas de televisão, revistas, anúncios etc), ao analisar-se o discurso, por meio da propaganda – comercial e governamental –, está-se inevitavelmente diante da questão de como ela se relaciona com a realidade que a criou.

A propaganda é uma forma de comunicação do discurso (Pratkanis; Turner, 1996; Pratkanis; Aronson, 2001; Parry-Giles, 2002), que tem sido amplamente empregada na esfera política, desde o século XIX, para promover várias agendas, candidatos e grupos de interesses, sempre articulados em torno de um “sistema de verdades”, e seria uma tentativa deliberada e sistemática de difundir valores, convencer o público e direcionar o comportamento, para se obter uma resposta que favoreça a intenção desejada do propagandista (Taithe; Thorton, 2000; Jowett; O’Donnell, 2012).

No caso brasileiro, alguns autores defendem que a propaganda durante o regime militar não foi uma construção arditamente arquitetada pelo governo para atingir a um determinado fim, mas atuou com o propósito de legitimar as decisões tomadas pelos governantes (Fico, 1997; Schneider, 2017). O que se procura mostrar aqui é que, apesar de não ter sido arquitetado, essas instituições agiam de modo a complementarem-se.

Os meios de comunicação agiram mediando a relação entre Estado e sociedade e ajudaram a legitimar os governos militares no sentido de construir a ideia de que eles eram absolutamente necessários para colocar o Brasil “nos eixos” novamente, para a segurança da nação, para a proteção e a moralização das instituições e para o desenvolvimento econômico.

A partir do golpe de estado, essa quimera autoritária estava claramente fundada na ideia de que os militares eram, naquele momento, superiores aos civis em questões como patriotismo, conhecimento da realidade brasileira e retidão moral (D’Araújo; Soares; Castro, 1994).

O desbravamento da selva amazônica e outros rincões do país, atribuía certa aura de bravura e dava legitimidade ao poder dos militares, que eram percebidos pela opinião pública nacional como autoridades a quem outorgavam a responsabilidade pelo desenvolvimento e pela segurança do país.

Promessas de inclusão do homem comum por meio da participação no desenvolvimento do país costumavam estar entre os discursos implícitos na propaganda e que serviram para legitimar a construção de infraestruturas. “Terras sem homens para homens sem terras”, parte da propaganda governamental para a “colonização” da Amazônia, foi uma das estratégias discursivas que contribuiu para a criação desse imaginário do desenvolvimento, com o argumento da inclusão e da participação do povo.

O discurso foi dissimulado de tal forma, que fazia parecer que o Brasil vivia em uma época de paz e tranquilidade, quando na verdade os cidadãos eram privados de seus direitos políticos (como o direito de voto) e sociais, com o crescimento da concentração da renda exposta pelo achatamento do salário mínimo, por exemplo (figura 21). Nesse sentido, por mais benéficos que fossem os impactos em relação ao crescimento econômico, a forte presença do Estado falhou em melhorar o padrão de distribuição de renda (Amann; Baer, 2005; Souza, 2016).

Relatos e metáforas dos desbravamentos da selva amazônica e do poder criativo da engenharia fizeram mudanças em grande escala na paisagem natural brasileira, em uma narrativa quase mágica de progresso: “terra de oportunidades”, “Prosperem com a Amazônia” (figura 22) e que fariam o Amazônia deixar de ser um vazio demográfico e seria integrada à economia brasileira. Como na fala do então presidente da Eletronorte, Raul Garcia Llano

Esses empreendimentos servirão aos interesses de integração nacional, garantindo a ocupação do grande vazio [sic] demográfico amazônico, pela exploração racional de seus recursos naturais e possibilitando o desenvolvimento econômico-social de amplas zonas de baixa densidade populacional a serem conquistadas para o progresso do País oportunamente, desde que resguardadas de futuros entraves que possam dificultar suas realizações.<sup>131</sup>

Esse discurso oficial veiculado por meio da propaganda encobria, na realidade, que grandes investidores internacionais ganhavam a infraestrutura de acesso às áreas mais remotas da Amazônia de forma “gratuita” para explorar e, na maior parte das vezes, exportar, as reservas de alumínio e alumina, ouro, entre outros metais, além das reservas de madeira de lei, que têm grande valor de mercado.

---

<sup>131</sup> Correspondência entre o presidente da Eletronorte, coronel Raul Garcia Llano e o ministro de minas e energia Shigeaki Ueki em 31/07/1974. (Serviço Nacional de Informação, Agência Central, AC\_ACE\_30880\_83\_003).

Como dito anteriormente, as infraestruturas servem como ícones ou fetiches que dão materialidade ao discurso, que por sua vez, veicula uma ideologia.

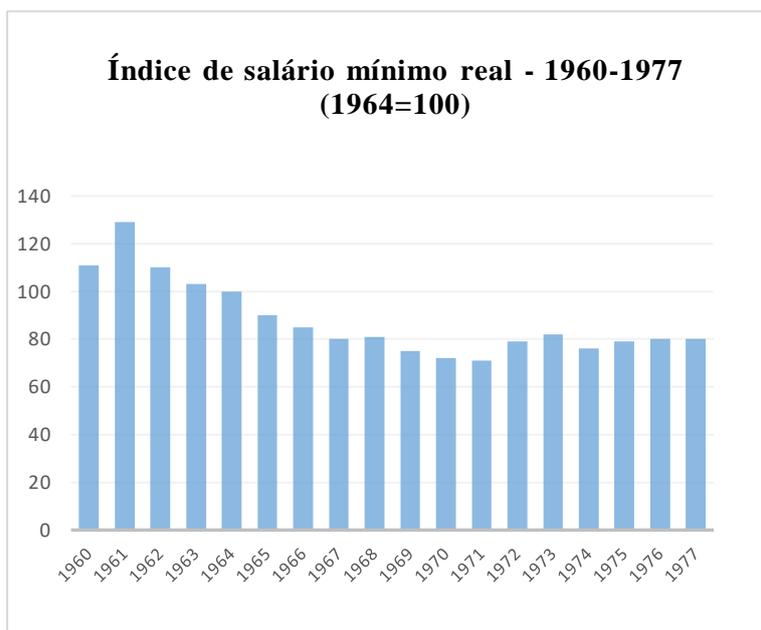


Figura 21: Índice de salário mínimo real 1960-1977. Fonte: Ipea data, citado por Luna; Klein, 2014.

As usinas hidrelétricas, como grandes projetos de engenharia, foram utilizadas como um desses ícones do “Brasil grande” e do poder dos militares. As usinas hidrelétricas, nessa leitura, funcionaram quase como um elo de ligação entre o desenvolvimento e as potencialidades naturais do Brasil. Era como que a promessa de um crescimento econômico que promoveria, em algum momento, a equanimidade social, mas não se sabia bem ao certo como. A ideia era “fazer o bolo crescer para depois dividi-lo”, discurso que também camuflava as desigualdades crescentes no país.<sup>132</sup> O bolo cresceu, mas foi dividido não de forma equânime entre os convidados da “festa do crescimento”, sendo seus maiores beneficiados a classe média e o empresariado.

Três aparelhos governamentais – para usar um termo próprio da ditadura – foram fundamentais para a gestão da informação e para a construção da imagem do regime militar. O primeiro, foi o Sistema Nacional de Informação (SISNI), que era responsável pela produção de informações, censura e espionagem. O segundo foi a Agência Nacional, responsável por

<sup>132</sup> Alusão à famosa frase de Delfim Neto, ex-ministro da fazenda dos governos Costa e Silva e Médici, entre os anos de 1967 e 1974.

noticiar os acontecimentos do governo e o terceiro, a assessoria de relações públicas da presidência, que era responsável pela criação da propaganda oficial do governo.<sup>133</sup>

Além disso, as revistas e jornais privados de grande circulação exerceram um papel muito importante ao veicular publicidade e matérias pagas ou não pelo governo, que lhes era favorável.

**PROSPERE COM A AMAZÔNIA**

**APLIQUE 50% DO SEU IMPÔSTO DE RENDA NUM BOM NEGÓCIO!**

**BANCO DA AMAZÔNIA S.A.**

Mãe: Travençolo Freitas Guimarães, 80 - Belém  
 São Paulo - Rua José Bonifácio, 192 - Fones: 36-2336 - 36-6332 - 36-2978  
 Rio de Janeiro - Rua da Assembleia, 52 - Fones: 31-3192 - 31-1550  
 Porto Alegre - R. Borges de Medeiros, 648 - Fone: 3418  
 Goiânia - Av. Autarquias, 109 - Fones: 6-3170 - 6-3171  
 Brasília - Avenida W-3 - Quadra 13 - Lote 7, S. S. A. -  
 Fones: 2-3580 e 2-3581

**Chega de lendas, vamos faturar!**

Muitas pessoas estão sendo capazes, hoje, de tirar proveito das riquezas da Amazônia.

Com o aplauso e o incentivo da SUDAM.

Com o aplauso e o incentivo do Banco da Amazônia.

O Brasil está investindo na Amazônia e oferecendo lucros para quem quiser participar desse empreendimento.

A Transamazônica está aí: a pista da mina de ouro.

Comece agora. Faça sua opção pela SUDAM. Aplique a dedução do seu imposto de renda num dos 464 projetos econômicos já aprovados pela SUDAM. Ou então apresente seu próprio projeto (seja ele industrial, agropecuário, ou de serviços).

Você terá todo o apoio do Governo Federal e dos governos dos Estados que compõem a Amazônia. Há um tesouro à sua espera. Aproveite. Fature. Enriqueça junto com o Brasil.

Informe-se nos escritórios da SUDAM e nas agências do Banco da Amazônia.

**MINISTÉRIO DO INTERIOR**  
 SUPERINTENDÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO DA AMAZÔNIA SUDAM

**BANCO DA AMAZÔNIA S.A.**

Figura 22: Publicidade do Banco da Amazônia e da SUDAM/Ministério do Interior, 1976.

Sabe-se, no entanto, que a legitimação do regime militar e de sua ideologia foi muito mais ampla e complexa do que somente o uso da propaganda, e atuou até mesmo nas escolas de ensino médio, por meio do ensino da disciplina de Educação moral e cívica (Fico, 1997; Schneider, 2017). As disciplinas de Filosofia e Sociologia foram abolidas dos currículos

<sup>133</sup> Não se pode desconsiderar, no entanto, que outras instituições governamentais voltadas para a produção de material audiovisual foram criadas nessa época, embora com outras funções, que não a de, exclusivamente, promover a imagem do governo. São exemplos disso, o Instituto Nacional de Cinema (1966), a Empresa brasileira de filmes (1969) e a Radiobrás (1975).

escolares, em 1971, para onde retornaram somente em 2006 (Parecer nº 38/2006, do Conselho Nacional de Educação).

Os livros didáticos, principalmente de história e geografia, foram também utilizados como fonte de doutrinação ideológica ou veiculação da ideologia militar (Faria, 1994; Kunzler; Wizniewsky, 2007; Oliveira; Cordenonsi, 2015; Simões; Ramos; Ramos, 2018).

O mercado de livros didáticos aumentou em 74% na década de 1970 e o governo era o principal comprador de livros. Era uma forma ambígua de incentivar e, ao mesmo tempo, controlar o setor editorial. Dentro do acordo entre Ministério da Educação (MEC) e United States Agency for International Development (USAID), foi criada a Comissão nacional do livro técnico e didático que, entre 1966 e 1980, quadruplicou a produção de livros didáticos, alcançando 100,2 milhões de exemplares. “O volume de compras governamentais era enorme, refletindo a expansão do sistema de ensino marcada pelo controle ideológico.” (Hallewell, 2012).

Não se pode desconsiderar também a importância das publicações técnicas especializadas, principalmente as de engenharia, pois também contribuíram para a constituição desse imaginário social do “Brasil grande”, que seria o objetivo comum de todos os brasileiros. Boletins de associações e federações, revistas e jornais especializados tiveram talvez um papel mais importante para alinhar entre a classe de determinada profissão qual seria a ideologia/linha a ser seguida, principalmente visando a fazer negócios, mas essas publicações não atingiram e não atingem a população comum, para além de seu nicho ou público alvo, ainda que tenha poder de expansão daí para a grande mídia.

É objetivo desse capítulo analisar como o discurso utilizado pelo governo e pela grande mídia, através da propaganda, contribuiu para a legitimação das transformações sócioespaciais realizadas por meio das usinas hidrelétricas de grande porte.

Optou-se por analisar os comerciais e matérias jornalísticas publicadas no período sobre a construção das usinas hidrelétricas. Foram utilizados exemplos coletados em meios de grande circulação à época: os jornais *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, revistas *Veja* e *Manchete*. Foram também analisados filmes da Agência nacional com a temática das hidrelétricas, além de *jingles* e filmes das Assessorias de relações públicas da presidência, produzidos no final da década de 1970 e início da de 1980.

Primeiramente, trataremos do Sistema Nacional de Informações pela sua importância no controle do fluxo da informação e consolidação da ideologia. Em seguida, trataremos da Agência Nacional e os “cinejornais”, para em seguida abordar as assessorias de relações

públicas, pela sua importância na divulgação da boa imagem do governo e do presidente da república. Por fim, falaremos do papel da grande imprensa para a veiculação e consolidação do projeto desenvolvimentista em curso naquele momento.

#### **4.1 – ARQUIVOS CONFIDENCIAIS: SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES**

Cientes da importância de se produzir e controlar informações e dados, uma das primeiras iniciativas do governo militar, após o golpe de 1964, foi a criação do Serviço Nacional de Informação (SNI), que tinha como finalidade coordenar nacionalmente as atividades de informação e de contrainformação, em particular, aquelas de interesse para a segurança nacional (Lei 4.341 de 13 de junho de 1964), o que se tornou uma paranoia dos militares durante todo o período em que estiveram no poder, como expressado na fala do marechal Humberto Castelo Branco, em 1964:

Como é natural, a gestão dos negócios do Estado requer seguras informações, oportunas e convenientemente analisadas, que colaborem nas múltiplas decisões a serem tomadas com frequência. Impunha-se, pois, a criação desse órgão, do qual se ressentia a estrutura governamental, que exige seguro conhecimento sobre ocorrências *em todos os campos da atividade nacional*.<sup>134</sup>

O SNI ficou situado no mesmo nível dos Gabinetes Militar e Civil da Presidência da República e atendia ao presidente e ao Conselho de Segurança Nacional<sup>135</sup> e o seu chefe tinha prerrogativas de ministro.<sup>136</sup> O SNI era parte de um sistema maior, o Sistema Nacional de Informações (SISNI), composto por diversas agências regionais e várias Divisões de Segurança e Informações (DSI), que se situavam dentro dos ministérios civis e militares e, em algumas empresas públicas, como é o caso de Itaipu e da Companhia Siderúrgica Nacional (figura 23).<sup>137</sup>

---

<sup>134</sup> Mensagem ao Congresso Nacional, Castelo Branco, 1965:33. Grifo nosso.

<sup>135</sup> O Conselho de Segurança Nacional (CSN) foi um órgão criado pela Constituição de 1937, com a função de estudar todas as questões relativas à segurança nacional e que teve suas atribuições ampliadas durante o regime militar para planejar e supervisionar a realização dos estudos necessários à política de segurança nacional, e também para orientar a busca de informações (Kornis, 2010).

<sup>136</sup> Além do general Golbery do Couto e Silva foram também chefes do SNI: Emílio Garrastazu Médici (17 de março de 1967 – 28 de março de 1969), mais tarde indicado à presidência da república; Carlos Alberto da Fontoura (14 de abril de 1969 – 15 de março de 1974); João Batista Figueiredo (15 de março de 1974 – 14 de junho de 1978), também indicado à presidência da república; Octávio Aguiar de Medeiros (15 de junho de 1978 – 15 de março de 1985); Ivan de Souza Mendes (15 de março de 1985 – 15 de março de 1990).

<sup>137</sup> Uma das funções dessas assessorias dentro das empresas era fazer o levantamento de dados biográficos de pessoas candidatas a trabalhar em suas dependências. Em 1971, foi criada a Assessoria de Segurança da Informação da Eletrobrás.

As Divisões de Segurança e Informações receberam, pelo decreto 60.940, de 4 de julho de 1967, a atribuição de fornecer informações ao Conselho de Segurança Nacional, aos respectivos ministros aos quais estavam subordinadas e ao SNI. Cabia a essas divisões, como órgãos de assessoramento dos ministros de Estado, fornecer dados, observações e elementos necessários à formulação do conceito de estratégia nacional e do Plano Nacional de Informações; colaborar na preparação dos programas particulares de segurança e informações relativos aos Ministérios e acompanhar a sua respectiva execução (Arquivo Nacional, 2013).

O Serviço Nacional de Informação tinha uma Agência central, localizada no prédio do Ministério da Fazenda no Rio de Janeiro<sup>138</sup>, que controlava o fluxo de informação estratégica produzido pelos investigadores, recebendo e encaminhando os documentos, após classificados, aos responsáveis pelas providências a serem tomadas, pois não cabia a eles apresentar solução para nenhum problema objeto de investigação.<sup>139</sup>

No caso das hidrelétricas de grande porte foram recuperados no Arquivo Nacional documentos das Agências Pernambuco, Bahia, Amazonas, Pará, Paraná, além da própria agência central, devido à relação espacial das grandes usinas com essas agências. Esses documentos contêm várias informações sobre assuntos polêmicos da época, tais como, o desmatamento das áreas a serem alagadas nas hidrelétricas de Tucuruí e Balbina, problemas com os operários de Itaipu, a investigação sobre caso de corrupção ocorrido em Balbina, investigações sobre o papel da igreja católica na organização de alguns movimentos contestatórios e até mesmo abusos cometidos pela polícia militar na construção da usina de Tucuruí e muitas correspondências sobre o caso Capemi.

Nos documentos sigilosos e confidenciais produzidos nas décadas de 1970 e 1980, pode-se constatar várias agressões perpetradas pela polícia militar e publicações que foram censuradas ao tratar dos impactos sociais e ambientais que já eram constatados no momento da construção das barragens e que só se agravaram com o passar do tempo.

Uma das funções do Sistema Nacional de Informação era manter a boa imagem do Brasil no exterior. Os documentos que foram acessados através do Arquivo Nacional, mostram, por exemplo, que era solicitado a várias embaixadas – tais como a da Alemanha, Bolívia, Chile, Coreia no Sul, Equador, Estados Unidos, Israel, Panamá, Paraguai, Senegal, Uruguai e Venezuela – que observassem e reportassem a atividade da imprensa desses países para o que

---

<sup>138</sup> Serviço Nacional de Informação – SNI. Disponível em: <http://www.abin.gov.br/institucional/historico/1964-servico-nacional-de-informacoes-sni/>. Acesso: 20/08/2018.

<sup>139</sup> Alguns documentos dão conta de que a Agência Central se localizava no Bloco J do setor de áreas isoladas Sul, na cidade de Brasília.

era chamado pelos agentes do SNI de “Campanha contra o Brasil no exterior”, que era uma preocupação sobre como os países percebiam o que estava se passando no Brasil.

É preciso destacar também a existência de instituições ligadas diretamente à repressão. Essas eram os braços “operacionais” do Sistema Nacional de Informações (SISNI): o Centro de Operações de Defesa Interna (CODI), órgãos de planejamento e comando da estrutura militar e estava diretamente ligado ao Estado Maior das Forças Armadas (EMFA). Hierarquicamente abaixo dele estavam os CODIs de cada arma e os CODI regionais militares, que eram comandados pelo chefe do estado maior de cada arma (exército, marinha e aeronáutica). O Destacamento de Operações e Informação (DOI), realizava repressão direta e era o responsável pelos inquéritos, que não raro, usavam de tortura como meio de obtenção de informações (Comissão da Verdade do estado de São Paulo, 2014).

Esses braços operacionais eram responsáveis por infiltrar agentes em locais estratégicos, inclusive em jornais e movimentos populares

A imprensa localizada na área de SAO PAULO, por sua importância regional, nacional e internacional tem sido objeto de infiltrações. A censura imposta nos jornais O SÃO PAULO e o MOVIMENTO e revista VEJA pelo DPF, combinado com a auto-censura que outros Órgãos de comunicação tem observado e mais a vigilância exercida pelos órgãos de Informações da área, não tem permitido que os meios de comunicações difundam matéria de caráter subversivo. Tal difusão tem-se limitado a panfletagem normal com insignificante repercussão popular.

Sob a responsabilidade do Sindicato de Jornalistas em SÃO PAULO, com um quadro social de 8.000 sócios, tem sido tentado realimentar o caso WLADMIR HERZOG que apresentam como um mártir, principalmente através do jornal UNIDADE que editam. Todas as suas tentativas nesse sentido não têm repercutido como esperavam no seio da opinião pública, mas provocam no Campo militar uma certa preocupação pela versão distorcida que apresentam dos fatos.<sup>140</sup>

Em documento confidencial de disseminação interna, são dadas instruções claras para que não se fale sobre a Frente Brasileira de Informação, que seria uma organização para divulgar informações sobre a repressão e a tortura, e a nenhum questionamento da Anistia Internacional:

Com o Aviso n 348/SI-Gab, de 05 Out 72, deste Serviço, foi solicitado a esse Órgão não permitir que fossem respondidas as correspondências recebidas da AMNESTY INTERNACIONAL, organização internacional que participa da campanha difamatória contra o BRASIL, no exterior, e manter, ligações com

---

<sup>140</sup> Relatório periódico de informações n. 4/76. Ministério do Exército, Comando do II Exército, Quartel general, 5/6/1976, p.39. Confidencial (Serviço Nacional de Informação, Agência de São Paulo, ASP\_ACE\_10900\_82). Wladimir Herzog foi um professor e jornalista, torturado e assassinado nas dependências do DOI/CODI, em São Paulo. Os agentes tentaram fazer sua morte parecer um suicídio.

Mesmo vigiados e perseguidos, alguns dos opositores do regime encontraram brechas para denunciar, por diferentes meios, a situação vivida no país. Foi o caso do livro *Pau de Arara: La violence militaire au Brésil*, publicado na França, em 1971. O livro era uma denúncia do uso da tortura pelo governo brasileiro.

A embaixada polonesa encaminhou ao ministério de relações exteriores uma publicação da Frente Brasileira de Informação de outubro de 1972, intitulada “Amazônia, nova colônia americana”, além de outras informações a respeito dessa organização.

Os documentos confidenciais mostram também que eram conhecidos os danos sociais e ambientais e os riscos da não retirada da vegetação da área de alagamento de Balbina, por exemplo, bem antes dos jornais publicarem sobre isso.

Existe um documento, secreto e descaracterizado, que foi enviado aos ministros da agricultura, interior e minas e energia alertando sobre os erros cometidos no desmatamento da área a ser inundada na UHE de Tucuruí, para que não fossem repetidos na UHE de Balbina, e também documentos que mostram que as autoridades estavam cientes dos problemas ocorridos com os índios, embora estivessem instruídos a não se pronunciarem a esse respeito.<sup>142</sup>

Interessante notar que as localidades que apresentavam interesse à segurança nacional tinham codinomes, que eram utilizados em comunicações, principalmente, radiofônicas e telefônicas para “dificultar que integrantes do SNI e EsNI [Escola Nacional de Informações], ao se comunicarem, sejam levantados por pessoas ou órgãos não autorizados”.<sup>143</sup> No caso das usinas hidrelétricas, por exemplo, Tucuruí era Garças, Itaipu era Murici, Foz do Iguaçu era Morrinhos, Sobradinho era Luziânia, entre outros.

Compreender a estrutura e as estratégias de funcionamento do SNI é de fundamental importância para se compreender os documentos citados nessa tese.

Impressiona a abrangência da atuação das agências de informação que vai desde reuniões pequenas da Associação de apoio ao índio em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul até assuntos sobre contrabando de soja na fronteira entre Brasil e Paraguai. Assuntos esses que, a princípio, nada teriam a ver com questões de segurança nacional.

---

<sup>141</sup> Documento confidencial assinado pelo embaixador Antônio Francisco Azeredo da Silveira, Ministro de Relações exteriores, datado de 15 de outubro de 1974.

<sup>142</sup> Relatório confidencial descaracterizado (sem timbres). Retrospectiva do processo de tentativa de desmatamento da bacia de acumulação da UHE de Tucuruí. Uma lição para UHE de Balbina e UHE de Samuel. 26/11/1985, p.9-10 (Serviço Nacional de Informação, Agência Central, AC\_ACE\_53879\_86).

<sup>143</sup> Lista de codinomes. Serviço Nacional de Informações. Brasília, 15/12/1979. Arquivo Nacional.

O que fica claro nas comunicações do SISNI é que controlavam ou, pelo menos, tentavam controlar a informação que saía do governo e o que se falava sobre o governo, não só internamente, mas externamente ao país e, dessa forma, manipular a opinião pública pela omissão de fatos e informações relevantes.



## **4.2 – “ESTE CINEMA NÃO ANUNCIA UM ESPETÁCULO GRANDIOSO”. AGÊNCIA NACIONAL: A FIGURA DO PRESIDENTE E O DESENVOLVIMENTO NACIONAL**

Agência Nacional existe desde 1937 e é, ainda hoje, a agência de notícias governamental, vinculada ao Ministério da justiça. Em 1967, já durante o regime militar, foi transferida para o Gabinete Civil da Presidência da República e, em 1979, durante o governo do general João Figueiredo, a Agência Nacional foi transformada em Empresa Brasileira de Notícias (Lei 6.650 de 23 de maio de 1979), voltando a ser subordinada ao Ministério da Justiça.

A Agência Nacional é responsável pela transmissão em cadeia nacional dos pronunciamentos oficiais dos presidentes, no entanto, um dos meios de interlocução mais eloquente entre Estado e a sociedade, criado por essa agência foram os Cinejornais, que se tornaram um mecanismo eficiente de difusão das ideias do governo, ao serem transmitidos de forma obrigatória antes das sessões de cinema longa-metragem em todo o país.

O Cinejornal era uma série de minifilmes agrupados em no máximo quatro, iniciados quase sempre mostrando algum ato ou evento oficial da presidência da república, e totalizando de sete a onze minutos de exibição. Essas produções eram isentas de censura.<sup>144</sup>

Os eventos da presidência eram sempre pomposos, seja por serem revestidos de glamour, como na assinatura do Tratado de Itaipu – e o jantar de gala em homenagem ao presidente Geisel com sua esposa e filha –, ou por mostrarem o esforço do presidente em estar nos mais longínquos rincões do país, como na inauguração das obras da Transamazônica pelo presidente Médici, ou o encontro do presidente Geisel com Alfredo Strossner, o presidente do Paraguai, na ponte da amizade, sempre acompanhados de soldados e tropas. Seguiam-se temáticas mais ou menos aleatórias como arte, cultura, folclore, esportes, educação, sempre com a voz de um narrador sobre uma série de imagens.

Os Cinejornais tinham a intenção de informar “imparcialmente” sobre os acontecimentos na presidência, nos ministérios e outros fatos supostamente do interesse popular.

Foram feitos também várias séries especiais, que eram filmes mais longos, com 15-16 minutos e, invariavelmente, exaltavam as realizações do governo para o desenvolvimento do país. Essas séries tinham uma linguagem própria, de certo modo, “paternal” e emotiva, como nos exemplos a seguir:

---

<sup>144</sup> Interessante notar que a maioria dos cinejornais cita a isenção de censura, que seria dada pelo decreto Lei 20.943 de 1946. No entanto, ao pesquisarmos o decreto pelo número no website da Câmara dos deputados, em 21 de fevereiro de 2019, consta que essa norma: “Autoriza o Ginásio Santana, com sede em Santa Maria, no Estado do Rio Grande do Sul, a funcionar como colégio”, não restando claro se o número da norma no website está equivocado ou se a referência nos vídeos da Agência Nacional a tal decreto é que está equivocada.

Na conquista de novas etapas do desenvolvimento, o Brasil está vencendo sérios desafios, que exigem maciços investimentos, crescente aprimoramento da força de trabalho e arrojada disposição humana. Algumas hidrelétricas brasileiras poderiam atender a países inteiros da Europa, Ásia e África. Nas telecomunicações avançamos muitos anos. Breve superaremos nossas necessidades de combustíveis. Rapidamente passamos dos 100 milhões de habitantes e o crescimento urbano exigiu a criação de vias expressas, sistemas de transporte de massa e grandes programas de serviços públicos.<sup>145</sup>

O Rio Grande do Sul está com os olhos postos no amanhã. Trabalhando no presente para o futuro de seus filhos, que deseja sadios, cultos e felizes, com tempo para as alegrias da vida, para a vibração dos grandes estádios, onde a alma popular extravasa a afirmação de suas convicções de que somos um grande povo, que zela pelo porvir, com o carinho que dedica às gerações que irão viver nas cidades que estamos construindo e onde o pessimismo está dando lugar à morada do otimismo, da certeza de que o gigante não está mais deitado em berço esplêndido, mas de pé, vigilante e disposto, como sua gente, a encurtar o caminho entre o hoje e o amanhã.<sup>146</sup>

O Brasil não precisa temer pelo seu futuro diante da força e da sinfonia das águas. Ponto culminante são as cataratas do Iguazu, um misto de força e beleza que a transformam em um dos maiores centros turísticos do mundo.<sup>147</sup>

Os cinejornais utilizavam-se de jargões como “Você constrói o Brasil”<sup>148</sup> e deixava explícito a ideologia militar de “Desenvolvimento e Segurança: bem-estar da coletividade”<sup>149</sup>

Alguns vídeos se dirigem diretamente ao público presente à sessão de cinema:

Este cinema não anuncia um espetáculo grandioso. Essas cenas são apenas o trailer do que ocorrerá em 16 meses. Aguardem! E que as bênçãos do secular convento da Penha ajudem a concretizar a missão de unir brasileiros. Para isso nada melhor que uma estrada! [...] Avante com o desmatamento! Depois dele virá o caminho do serviço, muita poeira. Depois, a grande estrada que unirá regiões produtoras de minerais, dará escoamento a produções agrícolas e pecuárias, integrará Belo Horizonte ao triângulo mineiro, *integrará o próprio Brasil*. Mãos à obra minha gente! O pessoal aí da plateia não pode esperar 16 meses por um final feliz.<sup>150</sup>

Note-se que é utilizada a temática da integração associada ao progresso e ao desenvolvimento do país, que foi bastante explorada, sobretudo no governo Médici.

---

<sup>145</sup> Filme: “Construtores do progresso”. Agência Nacional, 1970 (Arquivo Nacional, Agência Nacional, BR RJANRIO EH.0.FIL, DCT.25).

<sup>146</sup> Filme “Em ritmo de futuro”, 1970 (Arquivo Nacional, Agência Nacional, BR RJANRIO EH.0.FIL, DCT.33)

<sup>147</sup> Cinejornal n 133 “O Brasil no seu tempo”. Agência Nacional, 1969.

<sup>148</sup> Filme “Aço, alfabetização e energia elétrica”, 1972. Série “Você constrói o Brasil”. (Arquivo Nacional, Agência Nacional, BR RJANRIO EH.0.FIL, FIT.8).

<sup>149</sup> Filmes “Desenvolvimento e segurança”, 1970. (Arquivo Nacional, Agência Nacional, BR RJANRIO EH.0.FIL, FIT.122 e BR RJANRIO EH.0.FIL, FIT.123).

<sup>150</sup> Filme “BR-262: a transversal do progresso”. Agência Nacional, 1971. Arquivo Nacional.

Os presidentes Castello Branco e Geisel, parecem ter utilizado muito mais os serviços da Agência Nacional do que os demais presidentes. Em checagem nos vídeos disponíveis no Arquivo Nacional, constatou-se que o presidente Geisel é quem tem mais aparições nos vídeos da Agência Nacional durante o seu governo e talvez isso explique, em parte, a sua resistência em investir em uma Assessoria de relações públicas, pois essa função já estaria sendo exercida pela Agência Nacional. Inicialmente, esse raciocínio faz sentido, mas somente até que se conheça o material produzido pelas Assessorias, que tinham um caráter bastante diferente.

#### **4.3 – “O BRASIL QUE OS BRASILEIROS ESTÃO FAZENDO”: AS ASSESSORIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA**

A entrada dos militares no poder veio acompanhada de uma imagem soturna, que remetia ao poderio militar, à polícia, ao uso legal da força e da violência e, embora para os setores sociais que apoiaram o golpe de 1964, essa imagem estivesse vinculada à ideia de “ordem e progresso”, para o restante da população essa imagem dava uma sensação de excesso e desgoverno (Fico, 1997).

Essa sensação foi comum, sobretudo após a promulgação dos primeiros atos institucionais, entre eles o AI-2, de 1965, que extinguiu os partidos políticos e decretou o recesso temporário do congresso nacional, e o AI-5, de 1968, considerado um dos atos institucionais mais duros do período militar, que resultou na cassação de mandatos de parlamentares e também na suspensão de quaisquer garantias constitucionais.

Por esse motivo, a tentativa de transformar os generais e coronéis em “gente como a gente” foi parte da estratégia não só de aproximar e criar simpatia do brasileiro comum com os militares, mas também para desviar a atenção dos desacertos do governo. A figura do presidente deveria mostrar “seu aspecto humano, moderado e compreensivo, para caracterizar toda a campanha orientada no sentido da valorização do homem, a única susceptível de criar uma imagem efetiva e imediata do governo” (Chaparro, 2008:43)<sup>151</sup>. Passava-se a impressão de que os militares estavam fazendo o que tinha que ser feito para melhorar o Brasil.

A tarefa de trazer os generais e militares para mais perto do povo ficou a cargo das assessorias de relações públicas da presidência de república (tabela 4), que tiveram um papel primordial na promoção da boa imagem dos presidentes militares e na exaltação do

---

<sup>151</sup> Essa foi uma das 10 recomendações saídas do I Seminário de Relações Públicas de Executivo, realizado entre os dias 30 de setembro e 5 de outubro de 1968.

desenvolvimento econômico do país durante os anos de 1968 até o final do período militar (Fico, 1997).<sup>152</sup>

Tabela 4 - Assessorias de relações públicas da presidência de república – 1964-1985

<b>Presidente</b>	<b>Assessoria/Secretaria</b>	<b>Responsável</b>
Marechal Castelo Branco (1964-1967)	Não teve assessoria de relações públicas. Criou o SNI.	General Golbery do Couto e Silva (SNI) –
Marechal Costa e Silva (1967-1969)	Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República – AERP (1968-1969)	Coronel Hernani D’Aguiar
General Médici (1969-1974)	Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República – AERP e Secretaria de Imprensa (1969-1974)	Coronel Octávio Pereira Costa e Carlos Fehlberg
General Geisel (1974-1979)	Assessoria de Relações Públicas da Presidência da República – ARP e Secretaria de Imprensa (1975-1979)	Humberto Esmeraldo Barreto (1975-1977)
		General José Maria de Toledo Camargo (1977-1979)
General Figueiredo (1979-1985)	Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (1979-1981); Secretaria de Imprensa da Presidência da República (1981-1981); Secretaria de Imprensa e Divulgação da Presidência da República (1981-1987)	Alex Periscinoto e Marco Antônio Kraemer.

Fonte: Fico, 1997; CPDOC, 2010.

Sabe-se que essas assessorias (posteriormente com status de secretaria), tiveram um papel primordial na transcrição das ideologias militares para um discurso palatável, o que se deu por meio das propagandas governamentais com uma abordagem mais relaxada, bastante diferenciada daquela formal, de caráter “oficial”, criada pela Agência Nacional.

As assessorias tiveram grande importância durante esse período pela forma inovadora com que atuaram, o que se demonstra pela quantidade de pesquisas realizadas sobre esses órgãos (Fico, 1997; Matos, 2008; Chaparro, 2008; Oliveira, 2012; Naves, 2014; Schneider, 2014; 2017).

No governo de Costa e Silva – que durou somente dois anos, devido ao estado de saúde do presidente, que veio a falecer em agosto de 1969, mas não menos importante –, a comunicação governamental teve um caráter defensivo muito em função das manifestações desfavoráveis à truculência do regime e ao seu AI-5. O governo vinha sofrendo um grande

<sup>152</sup> Usaremos o termo “assessorias” para nos referir tanto às assessorias de relações públicas como às secretarias de imprensa, pois elas exerceram função similar.

impacto do crescimento da oposição e passou, cada vez mais, a se preocupar com sua imagem pública (Matos, 2008).

No governo Médici houve uma mudança na estratégia, com a entrada do coronel Octávio Pereira Costa na diretoria da AERP, que tinha como missão resgatar o diálogo entre Estado e a sociedade para a formação de uma nova consciência de brasilidade orientada para as metas de segurança nacional e desenvolvimento, complementando a face de controle das informações, realizada pelo SNI (Matos, 2008).

Esse foi o período mais profícuo e de maior atividade para a propaganda governamental militar, amparada pelas normas de excepcionalidade constitucional, que se refletiu no arrefecimento dos movimentos contestatórios, ficou a cargo de criar uma nova imagem de país, de governo e de governantes. Para isso, foi escolhida a estratégia de divulgação das medidas de integração nacional para o desenvolvimento e uma nova forma de nacionalismo, baseada na participação (seletiva) do cidadão.<sup>153</sup>

Segundo jornal da época, “abundante literatura sobre a pessoa, ideias, hábitos e costumes do General Médici está sendo distribuída pela Presidência da República por todo o país, como colaboração da Assessoria Especial de Relações Públicas à formação de uma imagem favorável do Chefe do Governo.”<sup>154</sup>

No primeiro ano do governo do general Geisel, não existiu assessoria de relações públicas, talvez pela crença de que a Agência Nacional já fazia esse trabalho com eficiência, como dito anteriormente. O general Geisel parece ter se convencido da importância da assessoria e acabou cedendo, em 1975, à criação da Assessoria de Imprensa e Relações Públicas da Presidência da República, que logo foi desmembrada em Assessoria de Relações Públicas da Presidência da República e Secretaria de Imprensa, que vigoraram até o final de seu termo.

Para a Secretaria de Imprensa e Relações Públicas, Geisel nomeou um seu amigo pessoal, o advogado Humberto Esmeraldo Barreto, que ficou no cargo até 1977, quando foi nomeado presidente da Caixa Econômica Federal. Tido como um dos colaboradores mais próximos do presidente Geisel, de quem se tornou uma espécie de secretário permanente, Barreto atuou no sentido de aproximar o presidente da imprensa.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup> Sobre democracia: “O Governo tem procurado criar condições para uma democracia representativa autêntica. Esse regime, consagrado no primeiro enunciado da Constituição, depende, entretanto, da boa escolha que o povo saiba e possa fazer dos seus representantes. Mas as condições para que essa escolha se efetive reclamam essencialmente um processo eleitoral escoimado dos vícios que até aqui o vêm comprometendo.” Castello Branco, Mensagem ao Congresso Nacional, 1965:31.

<sup>154</sup> Castello Branco, Carlos. O equívoco das relações públicas. *Jornal do Brasil*. 22/01/1970. Edição 246. p. 4.

<sup>155</sup> O sindicato dos jornalistas profissionais de Porto Alegre havia telegrafado ao general Geisel condenando a indicação de Barreto para o cargo de assessor de imprensa, mas ele acabou ganhando a confiança dos jornalistas,

No governo do general Figueiredo, as assessorias foram transformadas, primeiramente em Secretaria de comunicação social, depois em Secretaria de imprensa e, por fim em Secretaria de imprensa e divulgação.

Diferentemente da Agência Nacional, as assessorias tinham campanhas organizadas em torno de temáticas específicas e todos os produtos eram voltados para a mesma temática.

A AERP tinha como finalidades: captar os interesses e as aspirações de grupos, classes, regiões, ouvir os anseios nacionais, prever e colher os reflexos da ação governamental; realizar campanhas educacionais; contribuir para a criação de um sentimento de aglutinação nacional – sob a inspiração do desenvolvimento; contribuir para o incremento de uma sadia mentalidade de segurança nacional, indispensável à defesa da democracia e à garantia do esforço coletivo rumo ao desenvolvimento; assegurar um fluxo adequado de informações ao povo brasileiro, a fim de torná-lo participante efetivo do processo de desenvolvimento, de estimular seu interesse no acompanhamento das questões nacionais (D’Araujo *et al*, 1994).<sup>156</sup>

A base ideológica resumida pelo desenvolvimento, segurança e “participação” foi o núcleo da tematização do discurso governamental durante todo o período militar, servindo como ponto de ligação entre Estado e sociedade civil (Matos, 2008).

A equipe das assessorias possuía psicólogos, sociólogos e outros profissionais voltados diretamente à análise do comportamento do público para, assim, desenvolver produtos em que os indivíduos pudessem se reconhecer (Naves, 2014).

O Coronel Octavio Costa foi o primeiro chefe da AERP e, no exercício desse cargo, foi a mente responsável pela exibição, por meio da televisão, de filmes de propaganda governamental – os “filmetes”, como eram chamados –, considerados como instrumentos de “campanhas educacionais visando o fortalecimento do caráter nacional” (Alves, 2010).

Conquanto o uso do rádio fosse mais antigo e mais comum para atingir regiões mais longínquas, a televisão representava a modernidade que os militares queriam trazer para o país, pois ela exibia uma sociedade opulenta, consumista e progressista (Fico, 1997), muito embora somente uma parcela restrita da população pudesse ter acesso àqueles bens e produtos anunciados.

A rede de transmissão televisiva que havia sido iniciada em 1950, teve seu grande salto tecnológico em 1967, tornando-se uma rede com possibilidade de transmissão nacional, pelo

---

pelo jeito informal de tratá-los e por “privilegiar” alguns jornais em detrimento de outros. (*Jornal do Brasil*, Edição 329, 1974, p.10; *Jornal do Brasil*, Edição 170, 25/09/1977. p.28-32)

<sup>156</sup> Essas foram as diretrizes também saídas do I Seminário de Relações Públicas do Executivo.

Sistema Brasileiro de Telecomunicações, que se expandia. Na década de 1970 chegou ao Brasil a TV em cores.

Além dos filmetes, o material das assessorias – *spots* para o rádio, publicações, cartazes, discos e adesivos –, eram produzidos por agências de publicidade particulares, contratadas pelo governo e acompanhados de perto pela AERP, sendo conhecidos por sua boa qualidade. Os “filmetes” são considerados as produções mais inovadoras e importantes desse período da propaganda governamental (Schneider, 2017).

Somente entre 1970 e 1974, 371 peças publicitárias foram produzidas, dentre as quais 191 eram filmetes (Matos, 2008).<sup>157</sup> Os “filmetes” eram exibidos todos os dias antes da novela das oito da noite da Rede Globo de televisão e estima-se que, em 1973, entre 42 e 48% da população urbana assistia à televisão naquele horário (Schneider, 2017).<sup>158</sup>

O governo, conclamando ser de interesse público, conseguiu paulatinamente impor um “acordo de cavalheiros” à todas as emissoras de televisão para a cessão de dez minutos diários de anúncios gratuitos, o que fez dele o maior anunciante da televisão, em tempo utilizado (Fico, 1997; Matos, 2008).

No planejamento da AERP para os anos 1970 a 1974, pode-se ler os seguintes objetivos:

a) Fortalecimento do caráter nacional, estimulando principalmente o civismo, a coesão familiar, a fraternidade, o amor ao trabalho e a vocação democrática do povo brasileiro; b) Contribuir para o incremento de uma *sadia mentalidade de segurança nacional*, indispensável à defesa da democracia e à garantia do esforço coletivo rumo ao desenvolvimento; c) Revigorar a consciência nacional de que *o desenvolvimento exige a participação de todos, baseado principalmente nas virtudes do homem brasileiro e nas potencialidades físicas do país*; na constatação do progresso já alcançado e no imperativo de sua aceleração; em um espírito nacionalista altivo, realista, equilibrado e empreendedor; d) *Obtenção da confiança popular na equipe do governo*, salientando suas características de honestidade, austeridade, compreensão dos anseios do povo e espírito renovador.<sup>159</sup>

Naqueles anos, a AERP introduziu a dimensão de utilidade pública em suas campanhas, utilizando temas como: higiene, hábitos alimentares e incentivo ao turismo interno. O que se buscava, indiretamente, era demonstrar que o governo estava preocupado com o bem-estar e o desenvolvimento (muitas vezes associado diretamente à limpeza, como na campanha “Povo

---

<sup>157</sup> Naves (2004) afirma que entre 1970 e 1973 foram produzidas 396 peças publicitárias.

<sup>158</sup> Como chama a atenção Schneider (2017), não se tem estudos suficientes como o público apreendeu a propaganda realizada e, isso, demandaria um outro tipo de abordagem, baseada na coleta da percepção das pessoas. O que se pode aferir, nesse sentido, é que mais da metade da população teve contato com as campanhas realizadas, seja pela televisão (60% das famílias urbanas tinha o aparelho em casa), seja pelo rádio, que estava presente em 80% das casas (Schneider, 2017).

<sup>159</sup> Assessoria Especial de Relações Públicas. Planejamento para os anos de 1970 a 1974, citado por Matos (2008). Grifo nosso.

desenvolvido é povo limpo”), mas sobretudo angariar a simpatia do povo com os militares. Os filmetes deveriam ser impessoais e não conter identificação de órgão governamental (Matos, 2008).

As campanhas da AERP pareciam despreziosas e usavam imagens do cotidiano, abusavam do sentimentalismo, do apego à terra e à pátria e não faziam referência direta ao debate político em curso no país, mas usavam de analogias recorrendo à participação da população, não no processo democrático, mas na construção de um país com futuro promissor (Fico, 1997).

Um exemplo da despreensão proposital da AERP é uma propaganda para o rádio em que uma empregada doméstica chega em casa de volta do mercado e se segue o diálogo:

*Empregada:* Pronto, comprei tudo o que a senhora pediu para fazer a salada.

*Patroa:* Mas como? Eu pedi chuchu, brócolis e pepino...

*Empregada:* É, mas isso quase que não tinha e o que tinha era pouco e custava um dinheirão. Por isso eu pensei: Ah! Vou preparar uma bonita salada com outras coisas que custam menos. Olha aí, apenas substituí pela alface, tomate, rabanete, tudo lindo! E ótimo do mesmo jeito.

*Patroa:* É, você fez bem! Pra quê pagar mais caro se a gente pode fazer a mesma coisa apenas substituindo o que não tem por aquilo que tem e é mais barato?!

*Narrador:* Você sempre encontra um produto para substituir outro. Participe!<sup>160</sup>

Era a ideia da vida cotidiana, do brasileiro simples, cordial, otimista, unido em torno de objetivos comuns: o progresso do país com a contribuição de todos os brasileiros. Convocava-se o homem comum, que acompanhava o desenrolar dos fatos à distância sem tomar parte direta na situação política do país, a fazer parte do “Brasil Grande”, do “país que vai pra frente”, na tentativa de criação de um sentimento de pertencimento e civismo. Por outro lado, trazia implícito uma mensagem de que o Brasil não era desenvolvido também porque o seu povo era sujo e mal-educado, portanto, despreparado para o “primeiro mundo”, para o progresso e que, por isso, deveria ser conduzido por autoridades que tivessem essas características.

Segundo pesquisa realizada pela professora Heloiza Matos (2008), os 191 filmetes produzidos pela AERP, no governo Médici, podem ser categorizados em três temáticas principais: desenvolvimento, segurança e participação, além de uma categoria “geral”, onde se enquadram filmes que respondiam a uma situação específica.

Nos filmetes, o conceito de desenvolvimento é representado pelas imagens de complexos industriais, das obras de engenharia e modernos aparatos tecnológicos, mas também

---

<sup>160</sup> *Spot* de rádio da AERP. Sem data, mas possivelmente de 1972, pois coincide com a reorganização da Companhia de Alimentos do Brasil (Cobal) pelo Decreto 70.502, de 11 de maio de 1972.

por eventos cívicos ou esportivos. O trabalhador assalariado é colocado como o maior beneficiário do crescimento do país (Matos, 2008), embora em pesquisa realizada pela revista *Manchete* em parceria, com o instituto LPM-Burke, em 1980, 69% dos entrevistados responderam que a classe trabalhadora era a mais atingida pela inflação, enquanto 21% apontaram a classe média.<sup>161</sup>

A imagem do trabalhador, no entanto, fortemente atrelada ao ideário desenvolvimentista, atendia aos anseios dos setores produtivos e dos grupos conservadores e contribuía para apaziguar as relações entre patrões e empregados. Dessa forma, e além da repressão física por parte da polícia, esvazia-se o papel ativo dos trabalhadores na luta pelos seus direitos (Maia, 2017).

Interessante notar a imagem da mulher nessas músicas e nas propagandas da AERP. Aguiar e Costa, citadas por Matos (2008), afirmam que nos filmetes, as mulheres aparecem em apenas 20% do total das imagens de trabalhadoras e são apresentadas em papéis domésticos ou integradas em profissões que não foram geradas pelo processo de desenvolvimento: enfermeiras, professoras, empregadas domésticas e operárias não qualificadas.<sup>162</sup>

A segurança aparece muitas vezes relacionada à paz e para desqualificar os governos civis, numa tentativa de legitimar os militares no poder, que teriam a capacidade de reger o processo de desenvolvimento. Os filmes sobre a Marinha e a Aeronáutica procuravam associá-las ao desenvolvimento tecnológico e à integração nacional, enquanto as imagens do Exército acentuam sua responsabilidade pela ordem, segurança e pela garantia das condições do trabalho na construção do desenvolvimento nacional (Matos, 2008).

O conceito de participação é, em si mesmo, conflitante. Embora o sistema exclua a participação democrática popular, em nível decisório, não pode prescindir dela para levar adiante o seu projeto de desenvolvimento. Em outras palavras, o consentimento da população era necessário para legitimar o regime imposto. A participação é empregada, nesse caso, como preceito de comportamento social e como valor a ser incorporado. Subliminarmente, o que se fazia na realidade, era desmobilizar a oposição e os movimentos contra o regime ditatorial: “A classe média, era ‘orientada’ a seguir o ‘padrão’ para não ter problemas”.<sup>163</sup>

A música dos filmetes contribuiu enormemente para popularizar as ideologias de desenvolvimento, segurança e participação. Um disco produzido sob os auspícios da ARP, em

---

<sup>161</sup> Pesquisa “O que o brasileiro pensa da inflação e dos salários”, publicada na edição 1483 de 1980.

<sup>162</sup> Aguiar, N; Aderaldo, V M Ca. In: Almeida, Maria I G. Sociologia do cotidiano. Editora Zahar: Rio de Janeiro, 1973.

<sup>163</sup> Fala da professora Heloísa Firmo, da UFRJ em entrevista realizada em 27 de abril de 2017, no Rio de Janeiro.

1976, como parte da campanha “Brasil: trabalho e paz” (figura 24), e gravado pela banda “Os incríveis”, que tinha considerável sucesso à época, é um dos indícios da importância que era dada à música e talvez uma tentativa de “contra-ataque” (ou de parecer “integrado” à realidade do povo, incluindo várias etnias) à popularização dos festivais da canção e das “músicas de protesto”. Algumas das músicas se tornaram muito populares, como “Este é um país que vai pra frente” e “Eu te amo meu Brasil”, que tinham versos simples e refrões fáceis.<sup>164</sup>



Figura 24: Capa e contracapa do LP gravado pelo grupo Os Incríveis para a campanha governamental “Brasil: trabalho e paz”, de 1976. Na parte inferior da contracapa se lê: “Disco especial da Presidência da República”.

Essas músicas, além de trazerem um clima otimista e alegre, convocavam o povo para a participação no desenvolvimento, deixando implícito as riquezas e potencialidades do Brasil.

O imaginário do otimismo, do “Brasil Grande”, do “país que se agiganta” foi largamente acessado e utilizado pelas assessorias de comunicação da presidência.

Quando da vitória do Brasil na copa do mundo de futebol de 1970, a música “Pra frente Brasil” ficou tão popular que algumas pessoas ainda se lembram, depois de quase 50 anos do torneio. O filmete “Ninguém segura o Brasil”, da AERP, tentava estabelecer a relação entre o desenvolvimento e a vitória da seleção brasileira, se transformando em festa cívica (Chauí, 2000). Aliás, a imagem do presidente Médici com Pelé, Carlos Alberto Torres e outros jogadores da seleção brasileira de futebol foi amplamente explorada naquele ano.

<sup>164</sup> A letra de “Este é um país que vai pra frente” é bastante emblemática: “Este é um país que vai pra frente/De uma gente amiga e tão contente. Este é um país que vai pra frente/De um povo unido de grande valor/É um país que canta trabalha e se agiganta/É o Brasil do nosso amor” Compositor: Heitor Carrillo, executada pela banda Os Incríveis. Álbum “Trabalho e Paz” De Mãos Dadas É Mais Fácil. Gravadora RCA, 1976.

Nas campanhas em comemoração à “Revolução de 1964”, veiculadas em 31 de março de 1982, se afirmava que “Em 64 o povo brasileiro escolheu o caminho da paz social e do desenvolvimento com segurança e tranquilidade.”<sup>165</sup> A “escolha” realizada pelo povo brasileiro “Com trabalho, iniciativa, otimismo e confiança” estaria desenvolvendo o país: “Uma conquista do povo e do governo.”

No que se relaciona às usinas hidrelétricas, do mesmo modo, a propaganda governamental associava a ideia de desenvolvimento, quase invariavelmente, à grandeza das obras, ao trabalho dos engenheiros, à participação do trabalhador brasileiro, capaz de promover o crescimento e no efeito “integrador” das obras.

No caso da usina de Itaipu, foi insistentemente ressaltada a “amizade entre os dois povos” (Brasil e Paraguai), a geração de empregos e, principalmente, o fato de ser a maior usina hidrelétrica do mundo. Os filmetes trazem sempre imagens do sítio das obras, dos trabalhadores e das tecnologias empregadas. Os seguintes textos, de filmetes de diferentes campanhas, exemplificam bem essa afirmação:

O rio Paraná nasce no Brasil. Depois dos saltos das sete quedas torna-se fronteira entre o Brasil e o Paraguai. É um dos sete maiores rios do mundo. Pouco acima da cidade de Foz do Iguaçu está sendo construída uma barragem de 176 metros de altura. Será *a maior hidrelétrica do mundo*. Brasileiros e paraguaios a estão construindo. Ela significa *energia, empregos, progresso e bem-estar*. Rio Paraná, fronteira entre dois países está *unindo dois povos*. Itaipu. Um gesto de união pelo trabalho.<sup>166</sup>

Para que 130 milhões de brasileiros e paraguaios possam usufruir de melhores condições de vida e de trabalho milhares de pessoas estão construindo uma grande obra... Itaipu. 12 milhões e 600 mil kw no Paraná, *rio que integra dois países e une dois povos*. Itaipu, *uma obra tocada a 60 mil mãos brasileiras e paraguaias*.<sup>167</sup>

[...] *A maior usina hidrelétrica do mundo*. 12 milhões e 600 mil kw. O primeiro contrato de construção civil foi firmado em 75. Três anos mais tarde, escavado o monumental canal de desvio, o curso do rio Paraná foi alterado para a construção da barragem principal, cuja altura será equivalente à de um prédio de 60 andares. [...] <sup>168</sup>

As hidrelétricas foram um tema privilegiado da campanha “O Brasil que os brasileiros estão fazendo”, de 1978. A usina de Tucuruí era retratada como o carro chefe da integração da Amazônia ao resto do Brasil e, conseqüentemente, pelo seu desenvolvimento:

---

<sup>165</sup> Filme da campanha “1964/1982 –Brasil – 18 anos de desenvolvimento pela família brasileira”, 1982. Arquivo Nacional, Secretaria de Imprensa e Divulgação da Presidência da República.

<sup>166</sup> Filme da campanha “O Brasil que os brasileiros estão fazendo”, janeiro de 1978. Arquivo Nacional, AERP.

<sup>167</sup> Filme da campanha “O Brasil é feito por nós”, 1978. Arquivo Nacional, AERP.

<sup>168</sup> Filme: Itaipu Binacional. AERP, 1979. Arquivo Nacional.

Tucuruí, a 300km de Belém do Pará, nas margens do Rio Tucuruí. Em 1973 um pequeno porto fluvial com 800 habitantes. Uma formidável mudança. Ali se constrói *uma hidrelétrica inteiramente brasileira e uma das maiores do mundo*: a Usina de Tucuruí. *Doze mil brasileiros já estão participando de sua construção*. Energia elétrica para indústrias de madeira, de alumínio e para o minério de ferro de Carajás. Um novo esforço dos brasileiros para criar empregos, melhorar as condições de vida das populações da região. Desenvolvimento para o norte. O Brasil que os brasileiros estão fazendo.<sup>169</sup>

A usina de Sobradinho, por sua vez, apesar de ter reconhecido os impactos que causaria, esses impactos eram tomados como totalmente justificáveis pelo progresso e desenvolvimento que trariam:

Você já ouviu falar de Sobradinho? Em 1979, três das cinco barragens já estarão fornecendo energia para o nordeste. Um lago de 140km de comprimento por 30 de largura vai permitir a navegação do rio São Francisco, controlando as secas no seu vale, além de desenvolver a pesca e a agricultura. Será o maior lago artificial do mundo. A usina hidrelétrica de Sobradinho, próximo de Juazeiro e Petrolina, com 40 metros de altura, *vai fazer desaparecer 4 cidades, mas vai trazer tanto progresso que é considerada a maior obra do Nordeste*. Mais terras para cultivo, mais empregos, mais energia, 60 mil pessoas já se beneficiam. O Brasil que os brasileiros estão fazendo.<sup>170</sup>

A propaganda feita pelas assessorias de relações públicas se diferia daquela realizada pela Agência Nacional em qualidade e teor e tinha caráter menos formal e personalista. Os filmetes eram mais curtos – de 30 segundos a um minuto e meio – e não traziam associação com nenhum órgão, independente do tema, outra diferença dos filmes da Agência Nacional, que vinham com a identificação da Agência e dos produtores e, citavam as instituições vinculadas aos eventos retratados.

A imagem do presidente era tratada pelas assessorias para que passasse uma ideia de proximidade com a população e amenizasse o ar autoritário do governo.

Para o jornalista Carlos Castello Branco, no entanto, isso era um equívoco, pois o povo não queria ver no presidente suas próprias características como “tomar chope no botequim da esquina”, mas as características de um líder. A provocação do jornalista foi respondida por Octavio Costa com o envio de uma síntese biográfica do presidente Médici, juntamente com uma “luxuosa publicação do Serviço de Informações dos Estados Unidos sobre o Presidente

---

<sup>169</sup> Filme da campanha “O Brasil que os brasileiros estão fazendo”, janeiro de 1978. Arquivo Nacional, AERP.

<sup>170</sup> Idem.

Nixon. ‘Para que você veja como uma grande nação democrática empacota e vende a imagem de um Presidente da República. ’<sup>171</sup>

A realidade é que, mesmo em meio à repressão e à crise econômica vivida sobretudo após 1973, com a primeira crise do petróleo, as assessorias de comunicação conseguiram popularizar um regime autoritário, marcado pelo controle social, pela restrição de direitos, bem como pelo aumento das disparidades sociais, por meio de conotações ideológicas. No entanto, a atuação das assessorias foi reforçada pela atuação dos meios de comunicação privados, como veremos a seguir.

#### **4.4 – “GOVERNAR É COMUNICAR”: A GRANDE IMPRENSA E OS PROJETOS DAS USINAS HIDRELÉTRICAS DE GRANDE PORTE**

Além das propagandas governamentais, outras várias mídias comerciais apoiaram os militares espontaneamente ou por meio de publicidade paga. Essa é considerada uma das feições civis do regime militar (Martins, 1999; Krause, 2016).

Em um dos documentos analisados para essa pesquisa, e produzido por um dos braços do SNI, a Assessoria de Segurança da informação da Eletrobrás, se antevê como se dava a relação entre o governo, inclusive estadual, com os meios de comunicação comercial por “trás da cena”

Esta Assessoria recebeu da Assessoria de Segurança e Informações da Companhia Brasileira de Energia Elétrica e divulga:

1.1. A Assessoria de Imprensa do Governo do Estado "mobilizou" todos os jornalistas que percebem dinheiro do Estado para:

- descobrir os “delatores” existentes dentro dos órgãos do Governo;
- rechaçar ataques ao governo, que têm ocorrido ultimamente em alguns jornais do Estado e de outras cidades do País.

1.2. O pessoal da citada Assessoria estranhou as publicações do “ESTADO DE SÃO PAULO” contra a CELF, porque considerava esse jornal controlado por IVAN BARROS (Prefeito de Niterói), cujo assessor de imprensa é representante do referido jornal naquela cidade.

1.3. Resolveram tomar algumas medidas, inclusive despender dinheiro com o citado jornal, camufladamente, por meio de promoção de uma das Secretarias do Estado.<sup>172</sup>

---

<sup>171</sup> Castello Branco, Carlos. O equívoco das relações públicas. *Jornal do Brasil*. 22/01/1970. Edição 246. p. 4. Castello Branco, Carlos. As coisas vistas do lado do Governo. *Jornal do Brasil*. 07/02/1970. Edição 260. p. 4.

<sup>172</sup> Correspondência interna confidencial entre a Assessoria de Segurança da informação da Eletrobrás e o presidente da Eletrobrás. 02/01/1975, p.3 (Serviço Nacional de Informação, Divisão de Segurança da Informação Ministério de Minas e Energia, br\_dfanbsb\_aad\_0\_0\_0005\_d0001de0001).

Entre tantos exemplos de jornais e revistas que contribuíram para a promoção da imagem do governo, aparece no jornal *O Estado de São Paulo* de junho de 1967, sobre o então presidente Marechal Costa e Silva: “Seis horas de intenso programa em Urubupungá–Ilha Solteira, em permanente contacto com a imprensa, confirmaram a imagem de um presidente liberal e bem-humorado que, em nenhuma oportunidade, apesar dos inevitáveis atropelos, deixou de sorrir.”<sup>173</sup> Ou o anúncio em nome da classe dos publicitários publicado no jornal *O Estado de São Paulo*, em 1970, que mostra várias imagens do presidente Médici sorrindo e junto ao povo (figura 25).

Outro exemplo famoso é o da revista *Manchete*, que incorporou integralmente a ideologia elaborada pelos militares e funcionava quase como um veículo de comunicação estatal, embora fosse privado. Essa Revista promoveu claramente a imagem dos presidentes, principalmente a do general Médici (Martins, 1999).

A televisão também contribuiu grandemente para a construção de uma ideologia do desenvolvimento e participação. O programa “Amaral Netto, o repórter”, por exemplo, veiculado pela TV Globo entre 1969 e 1983, uma vez por semana, apresentava documentários sobre os estados e regiões brasileiras (e algumas reportagens internacionais) e, em meio a isso, exaltava as grandes realizações do regime militar (Krause, 2016).

---

<sup>173</sup> Costa afirma sua imagem. *O Estado de São Paulo*, 30/06/1967, p.5

# GOVERNAR É COMUNICAR

"Homens de meu País. Neste momento eu sou o oferta e a aceitação."

Com estas palavras, iniciava o Presidente Médici o seu discurso de posse, a 19 de outubro do ano passado. E iniciava, também, uma trajetória de governante caracterizada pelo propósito de estabelecer com os seus governados um estreito laço de comunicação.

Desde então, até hoje, o Presidente Médici tem dado -aula após aula - verdadeiro curso de como chegar à intimidade dos sentimentos de cem milhões de brasileiros. E tem conseguido, sem concessões à vulgaridade e à demagogia, identificar-se com o povo na sua paixão futebolística, na sua vocação patriótica e nacionalista e no seu anseio pelo desenvolvimento econômico. Através dessa identificação, cada ato seu é uma oferta, não uma imposição, cada ato surge como o fruto da aceitação de uma realidade de que o próprio povo participa.

É uma integração, a mesma integração que nós, publicitários, aspiramos a alcançar em cada mensagem que elaboramos.

Está certo o Presidente: governar não é apenas decidir e ordenar, mas principalmente comunicar.

**As Entidades Publicitárias**  
ao assinalarem festivamente o Dia Panamericano da Propaganda, tributam merecida homenagem e esta grata revelação de estadista que, em pouco mais de um ano, granjeou prestígio inegável - uma popularidade rara e tão rapidamente conquistada - graças ao seu extraordinário poder de comunicação: o Presidente Médici.

4 DE DEZEMBRO  
**DIA PANAMERICANO  
DA PROPAGANDA**

Figura 25: Anúncio em nome da classe dos publicitários elogia o presidente Médici no Dia Pan-americano da Propaganda. *O Estado de São Paulo*, 4 de dezembro de 1970.

A grande mídia, no entanto, por seu alcance, foi o grande ringue de disputa entre o governo e a sociedade. O governo usou de armas ideológicas como a censura e a compra ou negociação de espaço para propaganda nos veículos de grande circulação, mas às vezes os jornais e algumas revistas, como o *Pasquim*, a *Folha de São Paulo* e outros conseguiram driblar e publicar matérias de oposição ao governo.

A Lei da imprensa (Lei 5.250/1967) foi uma das principais ferramentas do governo para realizar a censura, pois tinha como finalidade “regular a liberdade de manifestação de pensamento e de informação”, ou seja, controlar o fluxo de informação na imprensa nacional, assim como regular o trabalho dos jornalistas que atuantes naqueles veículos.<sup>174</sup>

<sup>174</sup> A Lei de Imprensa vigorou até 30 de abril de 2009, quando foi revogada pelo Supremo Tribunal Federal. A Constituição Federal de 1988, que marca oficialmente o fim do regime militar no Brasil, no entanto, trouxe um artigo que visava a minimizar os efeitos da lei de imprensa:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º – Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

A censura se dava de duas formas: a censura prévia, no qual os órgãos censores – basicamente os agentes do SNI – examinavam o conteúdo a ser publicado e determinavam os temas que eram permitidos ou proibidos e; a censura controlada e coercitiva, que se dava sobre as diversões públicas – teatro, televisão, rádio etc. (Naves, 2014; Schneider, 2017).

O AI-5, em seu artigo 9º, outorgou ao presidente da República poderes para a imposição de censura prévia sobre os meios de comunicação, bastando-lhe para tanto que julgasse tal ato “necessário à defesa da Revolução”. Todos os veículos de comunicação deveriam ter as suas pautas previamente aprovadas e sujeitas à inspeção por agentes autorizados do SNI (Naves, 2014). Até mesmo os jornais “nanicos” de oposição eram monitorados pelas agências regionais do SNI.<sup>175</sup>

As matérias de economia cresceram como alternativa ao jornalismo político, que não podia se dar livremente por conta da censura, e isso se reflete no material analisado. “O jornalismo econômico passou a ser feito com seriedade, por bons profissionais. E transbordou dos meios impressos para a mídia eletrônica [rádio e TV].” (Chaparro, 2008:45). Além disso, o jornalismo passou a se concentrar na política externa, já que não podia abordar a política interna (Naves, 2014).

Entre 1972 e 1975, o jornal diário *O Estado de São Paulo* teve várias matérias e notícias censuradas previamente, como, por exemplo, sobre a matança de índios na Amazônia.<sup>176</sup> No lugar das notícias censuradas, foram publicados, em maio de 1974, por exemplo, repetidamente, o “Canto décimo”, de Luiz de Camões e depois, provavelmente quando os censores identificaram a estratégia, poemas diversos que, aparecendo fora de contexto e várias vezes na mesma edição, davam a entender ao leitor, que havia ali uma matéria censurada (figura 26).

---

§ 2º – É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

<sup>175</sup> Publicidade de órgãos governamentais na imprensa contestatória. 26/02/1981, p. 2-4 (Serviço Nacional de Informação, Agência de Belém, ABE\_ ACE\_1321\_81).

<sup>176</sup> Somente em 1973 foram censuradas matérias inteiras, ou em parte, em 273 páginas do jornal *O Estado de São Paulo*.



Os esforços nesse sentido parecem ter funcionado em parte. É o que fica explícito quando Chico Mendes, 1987, já nas vésperas da nova constituinte para a definitiva democratização do Brasil, recebia a distinção de ser o único brasileiro entre 500 personalidades mundiais ligadas à defesa do meio ambiente agraciadas com o Prêmio Global 500, da ONU. O que teria provocado mal-estar em ecologistas e jornalistas “bem informados” do Rio e de São Paulo, pois não havia um que soubesse quem era o seringueiro. Segundo o que declarou Chico Mendes na ocasião:

Parecia um sonho. Nunca pensei nisso. Fico constrangido porque os brasileiros não deram importância para a luta que os estrangeiros reconheceram. Os principais jornais do mundo divulgaram nossos problemas. Aqui, muito poucos. O pessoal lá fora parece mais preocupado com a nossa realidade do que nós mesmos. É triste, diz o seringueiro.<sup>177</sup>

O SNI, no entanto, estava bastante ciente da existência de Chico Mendes e seguia as suas ações, como pode-se ver na série de telegramas trocados entre o presidente do IBDF e outros órgãos, principalmente quando Chico Mendes liderou invasões a fazendas que estavam promovendo desmatamento, no Acre, em junho de 1986.<sup>178</sup>

Em relação às usinas hidrelétricas, há uma certa reprodução do discurso governamental, embora as matérias sejam mais detalhadas e sejam mais voltadas para aspectos econômicos. Era recorrente nos jornais e revistas pesquisados o discurso a respeito da grandeza das obras de engenharia das usinas e essa grandeza é associada ao desenvolvimento e esperança no futuro.

Nada melhor do que os números para fazer sentir a grandiosidade física do conjunto hidrelétrico de Urubupungá, que as Centrais Elétricas de São Paulo estão construindo no rio Paraná, desde 1960. A energia elétrica a ser produzida em Ilha Solteira poderá abastecer 70 cidades como Porto Alegre; o volume de terraplanagem necessário às obras corresponde ao Pão-de-açúcar; o consumo mensal de concreto em Ilha Solteira daria para construir 15 edifícios iguais ao do Banco do Estado de São Paulo.<sup>179</sup>

No caso da usina de Sobradinho, assim como na propaganda oficial, a abordagem era um tanto quanto diferenciada, pois mais do que o desenvolvimento, a barragem traria a redenção

---

<sup>177</sup> “Waldorf Astoria aplaude seringueiro”. *Jornal do Brasil*, 28/02/1988. Francisco Alves Mendes Filho, o Chico Mendes, foi um seringueiro, sindicalista e ativista de causas ambientais na região amazônica. Por sua atuação e pela atenção internacional que chamou para os problemas amazônicos, foi assassinado ainda no ano de 1988, no dia 22 de dezembro.

<sup>178</sup> Atividades do Conselho Nacional de seringueiros – encontros, resoluções e bandeiras de luta. Agência Amazonas. 14/07/1986 (Serviço Nacional de Informação, Agência de Manaus, AMA\_ ACE\_6467\_86\_001\_0001).

<sup>179</sup> *O Estado de São Paulo*, 30/8/1968. Caderno Turismo, p. 4.

da seca na região Nordeste, onde mesmo os danos sociais relativos à inundação seriam minimizados.

Em 1972, matéria d'*O Estado de São Paulo* afirma que:

Nessa área, o Brasil está começando a planejar *uma das maiores represas do mundo* e um grupo de técnicos já sonha com o paraíso. Sobradinho. No Nordeste inteiro, esse nome está sendo repetido como sinônimo de esperança, de futuro. E ao falar da barragem imensa, ninguém pensa na energia que ela só irá produzir em quantidade no futuro. Ao se falar em Sobradinho, só se pensa na água, numa quantidade incrível de água inundando seis mil quilômetros quadrados de sertão, afogando quatro cidades inteiras, 14 vilas, espalhando-se numa área onde caberia 50 vezes a baía de Guanabara e Assuã se faria pequena: um total de 36 bilhões de metros cúbicos de água, *a redenção do deserto*.<sup>180</sup>

Em relação à Amazônia o material pesquisado é muito rico e se difere daquele produzido pelas assessorias de comunicação, pois explora, ainda mais que aquelas, a ideia do “desbravamento da selva” e da “conquista do território”. No jornal *O Estado de São Paulo*, de julho de 1974, em matéria intitulada “Há 80 milhões de KW nos rios da Amazônia” pode-se ler que, sem investimentos públicos e privados, “a Amazônia continuará sendo apenas o que é hoje: o celeiro vazio do mundo.”<sup>181</sup>

O noticiário também deixava ver, nas entrelinhas, as reais intenções dessa “conquista da selva”, patrocinada pelo governo brasileiro. Em nota do jornal *O Estado de São Paulo*, de 18 de março de 1976, há o relato da visita do embaixador dos Estados Unidos no Brasil, John Crimmins, à mina de Carajás, a convite da Companhia Vale do Rio Doce e das negociações com a United States Steel.<sup>182</sup>

---

<sup>180</sup> “O sertão sonha com Sobradinho”. *O Estado de São Paulo*, 06/08/1972, p.34. Grifo nosso.

<sup>181</sup> “Há 80 milhões de KW nos rios da Amazônia”. *O Estado de São Paulo*, de 07 de julho de 1974, p.52.

<sup>182</sup> “Com Tucuruí, 7 rios e 8 cidades vão desaparecer”. *O Estado de São Paulo*, 18 de março de 1976, p. 38.

Na edição de setembro de 1981 do jornal *O Estado de São Paulo* a manchete “Tucuruí, para conquistar a Amazônia” (figura 27). A matéria ressalta a grandeza da obra e critica o atraso das indústrias que consumiriam a energia produzida pela usina.



Em plena selva, um projeto de 3 bilhões de dólares, para produzir oito milhões de quilowatts e tornar viáveis grandes empreendimentos na área

## Tucuruí, para conquistar a Amazônia

A barragem de Tucuruí terá a extensão da ponte Rio-Niterói (13 km); seu vertedouro será o maior do mundo, com vazão de 110 mil metros cúbicos por segundo, e o lago formado com a barragem do Tocantins terá 43 bilhões de metros cúbicos, que ocupará uma área onde estão agora duas cidades e quatro vilas, uma estrada de ferro desativada, 21 garimpos de diamante, uma ocorrência de ouro e calcário, 21 milhões de metros cúbicos de madeira, uma reserva indígena (e três outras tribos) e 89 quilômetros de Transamazônica.

Tudo isso para produzir 8 milhões de quilowatts, cerca de um terço do potencial do rio Tocantins, e que, a partir de 1983, tornará viável a efetiva ocupação econômica da Amazônia, com base nos projetos Albrás/Alunorte, Alcoa e Carajás. O projeto, que no ser iniciado em 1975 tinha um custo estimado em US\$ 1,4 bilhão, está hoje orçado em US\$ 3 bilhões.

A hidrelétrica de Tucuruí foi projetada em duas etapas de 4 milhões de quilowatts: a primeira envolve a instalação de 8 turbinas

de 330 mil kW e duas de 25 mil, das quais a primeira entrará em operação em meados de 1982 e as demais à base de uma a cada três meses (a Eletrosul já assegurou a compra das turbinas); a segunda (na qual serão instaladas quatro turbinas) depende da regularização do Tocantins, com a construção de duas outras usinas em seu curso, as de Santa Isabel e Caroli-ua. Alguns outros decisa segunda etapa, como fundações e alicerces da casa de força, será concluída em 1985.

Para implantar essa usina na selva, foi preciso construir no Tocantins um cais flutuante de concreto, com capacidade para movimentar 42 mil toneladas de carga por mês. Todo o cimento, o ferro e outros materiais são transportados por chatas, desde Belém. O que faz lembrar um dado importante: com a conclusão de duas eclusas, cada uma com 35 metros de nível, ao lado da barragem de Tucuruí, o Tocantins poderá tornar-se navegável em 350 quilômetros (de Belém a Marabá), permitindo o transporte de 220 milhões

de toneladas por ano, nos dois sentidos. O esquema de construção de Tucuruí teve de ser revisado depois de março de 1978, quando as cheias do Tocantins elevaram sua vazão para 68 mil metros cúbicos por segundo, fenômeno de tão remotíssimas probabilidades que os computadores indicavam só poder acontecer em milênios. As cheias forçaram a revisão do conceito de segurança da obra, determinando a realização de novos investimentos. O descompasso entre a cons-

trução de Tucuruí e a implantação dos projetos que lhe consumirão a energia conduziu a uma das principais críticas que se fazem à hidrelétrica: a pressão ou a falta de planejamento integrado. Albrás/Alunorte, Alcoa e Carajás estão atrasadas e, mesmo com Tucuruí também fora dos prazos, sobrá energia; com isso, Tucuruí transferiria energia para o Nordeste, Paulo Afonso e Sobradinho, para o Centro-Sul.

Reportagem de José Roberto Arruda, da sucursal do Rio.

Figura 27: Tucuruí para conquistar a selva. *O Estado de São Paulo*, de 29 de setembro de 1981, Primeira página.

Na revista *Veja* de novembro de 1982, pode-se ler sobre os benefícios d’ “A conquista da Selva”, que seriam frutos de projetos realizados na região amazônica, como a rodovia Cuiabá-Belém, o projeto Carajás, a retirada de madeira de lei e as usinas hidrelétricas.

A *Folha de São Paulo* trouxe na primeira página, de 02 de dezembro de 1984, a manchete “O futuro toma posse da Amazônia”, em referência à inauguração da primeira turbina da hidrelétrica de Tucuruí. A reportagem relata:

[...] marco definitivo da *ocupação da Amazônia* dos novos tempos inaugurados no final de novembro com o acionamento das turbinas de hidrelétrica de Tucuruí, pedra de toque do Programa Grande Carajás.<sup>183</sup>

Em 1979 foi revogado o AI-5, o que se refletiu em uma maior liberdade da imprensa. As matérias publicadas a partir dos anos 1980, em alguns veículos, expressam que se iniciava

<sup>183</sup> “O futuro toma posse da Amazônia”. *Folha de São Paulo*, 02/12/1984, 1ª página.

uma abertura política, ainda que controlada. Começavam a aparecer mais matérias demonstrando preocupações ambientais, com os primeiros fechamentos de comportas das usinas de Itaipu e Tucuruí. Críticas ao desmatamento na bacia do rio São Francisco<sup>184</sup>, e ao claro o despreparo da companhia estatal Eletrobrás em fazer o manejo de fauna e de flora, as consequências para a qualidade da água bem como os impactos na pesca.

*O Estado de São Paulo*, de maio de 1982 trouxe na primeira página a notícia de que a UHE Tucuruí poderia utilizar herbicida para desfolhar, seguido de uma notícia sobre o levantamento feito pela ONU que denunciaria a extinção de florestas tropicais.<sup>185</sup>

Ficou exposto também que as usinas trariam impactos sociais, seja pela remoção de famílias das áreas a serem alagadas, seja pela redução da qualidade ambiental nos locais em que a população passaria a residir e que, diferente da argumentação utilizada para Sobradinho, esses impactos não seriam justificados.

No entanto, com a inauguração da UHE de Tucuruí, praticamente todas as críticas desapareceram dos noticiários e o clima voltou a ser de otimismo e reforço ao desenvolvimento da região amazônica: “Amazônia ganha hoje progresso de Tucuruí” “[...] a última grande obra dos governos revolucionários”<sup>186</sup>, “A hidrelétrica de Tucuruí representa o início de uma bola de neve que começou a rolar na Amazônia e que só tende a crescer, em termos de negócios para as empresas industriais.”<sup>187</sup> “Nova São Paulo na Amazônia”<sup>188</sup>, “Figueiredo inaugura a usina, a quarta maior do mundo”<sup>189</sup>

A usina de Balbina aparece citada muitas vezes pelos problemas que se anteviam com a não retirada da madeira da área do reservatório.<sup>190</sup> A Eletronorte contra-atacou essas informações, passando a divulgar os projetos de preservação ambiental, como o do peixe-boi, no reservatório de Balbina.<sup>191</sup> Omitia-se, no entanto, que as barragens das hidrelétricas atuam como barreiras e isolam as populações desse mamífero, o que agrava os problemas pré-existentes relativos à caça do animal.

---

<sup>184</sup> “O velho S. Francisco, um rio agonizante”. *O Estado de São Paulo*, 09 de março de 1980, p. 24.

<sup>185</sup> “Tucuruí poderá utilizar herbicida para desmatar”. *O Estado de São Paulo*, 14 de maio de 1982, 1ª página.

<sup>186</sup> “Amazônia ganha hoje progresso de Tucuruí”. *O Estado de São Paulo*, 22/11/1984, p.1 e 36.

<sup>187</sup> “Tucuruí, nova era para o Norte e o Nordeste”. *Gazeta Mercantil*. Suplemento 1, 22/11/1984, p. 1.

<sup>188</sup> “Nova São Paulo na Amazônia”. *Gazeta Mercantil*. Suplemento, 22/11/1984, p. 4.

<sup>189</sup> “Figueiredo inaugura a usina, a quarta maior do mundo”. *O Globo*. 22/11/1984, p. 21.

<sup>190</sup> “Biólogos vêem ecologia sob ameaça em Balbina”. *O Estado de São Paulo*, 19/06/1986, p 16; “Grandes hidrelétricas da Amazônia”. *Folha de São Paulo*, 22/10/1986. “O lago de Balbina põe em perigo os animais” *O Estado de São Paulo*, 7 de outubro de 1987, p. 12. “Balbina pode provocar desastre ecológico”. *Folha de São Paulo*. 06/07/1987, p. 14; “Com a energia, Tucuruí traz a desorganização social”. *Folha de São Paulo*, 04/12/1984, p. 9; “Florestas afogadas”. *Folha de São Paulo*, 29/06/1984.

<sup>191</sup> “A vitória do peixe-boi”. *O Estado de São Paulo*, 11/02/1987.

A televisão também teve sua contribuição para a promoção do governo, para além da transmissão dos filmetes da AERP. É o caso de um programa de televisão chamado “O povo e o presidente”, veiculado na TV Globo entre 30 de maio de 1982 e 21 de setembro de 1983, quando o então presidente, general João Figueiredo, era entrevistado uma vez por semana, por meio de perguntas enviadas pelos espectadores sobre a política e a economia.<sup>192</sup>

No primeiro programa de 1983, a primeira pergunta realizada foi sobre o endividamento externo e a resposta do presidente foi que “todos os empréstimos são revertidos em obras e usinas de eletricidade e a capacidade de endividamento é compatível com o que se pode pagar”. Outra pessoa enviou a sugestão de que o governo descontasse uma parcela do salário de todos os brasileiros e, para servir de exemplo, o telespectador teria enviado 10 cheques de 2000 cruzeiros com a intenção de ajudar no combate à inflação.

Outra questão foi sobre a interrupção das obras de Tucuruí e a sugestão de que todos os brasileiros fizessem doações de cruzeiros, a moeda da época, de acordo com suas possibilidades para que as obras da UHE não parassem. Ao que o presidente desmente essa informação de paralisação das obras e afirma: “O que existe de fato é um ajuste do cronograma da usina, por causa da crise econômica, assim como outros setores. ”

Assim como esse programa, muitos outros foram veiculados também na TV Bandeirantes, TV Manchete, Rede Brasileira de Televisão.

A tentativa de revitalização do debate em torno da participação popular, ainda que “maquiada” numa simulação de democracia, se mostrou como uma tentativa de adequação do regime à nova realidade apresentada pela erupção dos movimentos populares, como ver-se-á no próximo capítulo.

---

<sup>192</sup> O programa “O Povo e o Presidente” surgiu de um convite feito pelo presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho, ao presidente João Figueiredo, em 1982. A ideia era que o programa de TV estabelecesse um canal de diálogo entre a população e o governo. Inicialmente, a ideia era que o presidente respondesse a cartas dos telespectadores, o que aconteceu durante o ano de 1982. As cartas excluídas da seleção recebiam uma resposta individual, pelos correios, da Secretaria Particular da Presidência. Em 1983, o programa mudou de formato e o presidente passou a responder a questões formuladas pela produção e pela assessoria do Planalto. Memória Globo. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/o-povo-e-o-presidente/curiosidades.htm>. Acessado em 10/01/2018.

#### 4.5 “CONTINUAMOS A CONTRIBUIR PARA O PROGRESSO DO NOSSO PAÍS”: PUBLICIDADE EMPRESARIAL E IDEOLOGIA

Várias empresas se utilizaram do discurso do desenvolvimento e da integração em diferentes contextos em seus anúncios. A imagem, comum ao imaginário brasileiro, de que o gigante teria acordado, numa alusão às potencialidades do país que agora começavam a ser utilizadas, aparece em contraposição àquele gigante “deitado eternamente em berço esplêndido”, do hino nacional, e foi largamente utilizado como, por exemplo, na publicidade da Agência Norton, em 1970, onde se lê: “E, agora, a mensagem do nosso gigante: pare de falar e trabalhe. Porque o futuro não existe até que você mesmo o faça.”<sup>193</sup>

Matéria da *Folha de São Paulo* de dezembro de 1984, traz uma interessante estimativa da Federação Nacional das Agências de propaganda, que indica que o mercado brasileiro de publicidade, o sétimo do mundo, deveria encerrar o ano movimentando 3.5 trilhões de cruzeiros (moeda da época). O faturamento das agências de propaganda teria crescido, ainda assim, 20% abaixo da inflação. O que torna compreensível a afirmação de que “os profissionais do setor já planejam suas estratégias e verbas de campanha para o próximo ano em clima de visível euforia.”<sup>194</sup>

As empresas fornecedoras de material para as UHEs e as empreiteiras, rapidamente adotaram o discurso do desenvolvimento e do otimismo, do qual eram, obviamente, as maiores beneficiadas a curto prazo pelos contratos também “faraônicos” com o governo (Campos, 2012). Isso fica expresso na publicidade dessas empresas. Em uma delas, da General Eletric do Brasil S.A. pode-se ler que “GE. A energia que antecipa o futuro. A General Eletric ajuda o Brasil a continuar crescendo. Com muita força e energia. Assim, o futuro chega mais depressa” (figura 28).<sup>195</sup>

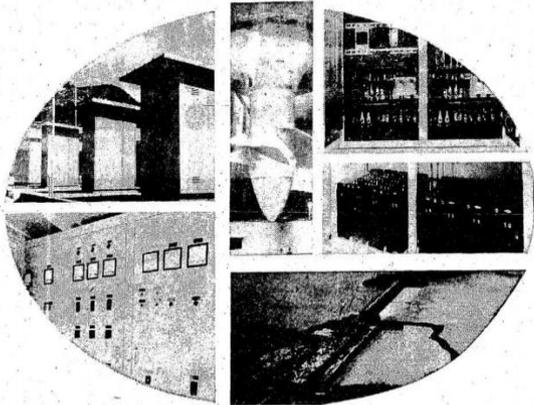
---

<sup>193</sup> O texto do anúncio é o que se segue: “O próximo que falar em gigante adormecido leva uma bordoadá dele. Qualquer gigante ficaria uma fera no lugar dele. Há muito tempo que esse gigante acorda cedo, e trabalha até tarde. Por isso, esperamos sinceramente que seja a última vez que alguém fala em gigante adormecido. E, agora, a mensagem do nosso gigante: pare de falar e trabalhe. Porque o futuro não existe até que você mesmo o faça. E o seu país é este, nos outros você não passa de um estrangeiro. Norton Publicidade. “25 anos fazendo barulho para acordar o gigante”. *O Estado de São Paulo*. 6/09/1970.

<sup>194</sup> “Euforia no mercado de publicidade”. *Folha de São Paulo*, 02/12/1984.

A Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, regulamentada pelo Decreto 57.690 de 1º de fevereiro de 1966, dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e cria a figura do agenciador de propaganda. Esse último, receberia uma comissão pelos serviços de intermediação entre o cliente e a agência de publicidade e propaganda. Segundo Ruy Lopes, que foi redator-chefe do jornal *Folha de São Paulo* durante todo o período militar, em entrevista concedida a Luis Nassif, em 2016, essa legislação “abriu caminho para um negócio fantástico de corrupção.” <https://www.youtube.com/watch?v=2Hea9gTfg-E&list=PLrqRe4bkfq0uShpeLPphR-XfM-ujMnJm0&index=41&t=2450s>

<sup>195</sup> “GE. A energia que antecipa o futuro”. *O Estado de São Paulo*, 03/10/1979.



## CONTINUAMOS CONTRIBUINDO PARA O PROGRESSO DE NOSSO PAÍS

Ao ensejo, do acionamento, hoje, por Sua Excelência o Senhor Presidente da República, dos três primeiros geradores da Usina de Jupia, que juntamente com o de Ilha Solteira, formam o complexo hidrelétrico de Urubupungá, - o maior do hemisfério ocidental - com 4.600.000 quilowatts, depois de concluído. É honroso para nós consignarmos a nossa participação em mais este gigantesco avanço, que levará, por enquanto, energia elétrica a 240 cidades da área servida pela CESP - Centrais Elétricas de São Paulo. Na condição de tradicionais fornecedores das fontes de Corrente Contínua em serviço na quase totalidade das usinas brasileiras, é grato para nós cumprimentar os poderes públicos federais, estaduais e municipais por mais esta histórica realização.

ACUMULADORES  
**NIFE**  
DO BRASIL S. A.

MATRIZ: SÃO PAULO - R. CINQUATO BRAGA, 59 - 2ª - CAIXA POSTAL 1003 - END. TEL. "NIFECAO"  
FABRICA: ITAQUEVA - SP (EFER) - AVENIDA PIRES DO RÍO, 4 - TELS. 90 E 8 - CAIXA POSTAL 134  
FILIOS: R. DE JANEIRO - P. ALDEIDE - B. HORIZONTE - REPRESENTANTES EM TODAS AS CIDADES

## Uma roda gigante bem brasileira

Você está notando a velocidade com que o Brasil vem crescendo nos últimos dez anos? Veja, amigo, o Brasil cresceu no tempo e no espaço, porque em dez anos já está alcançando seu futuro de potência mundial.

Pois notar é fácil, difícil é acompanhar esse ritmo. A Firestone brasileira vem dando o máximo para entrar nessa velocidade e contribuir para a formação dessa infra-estrutura de fazer inveja ao mundo inteiro.

Sua função é das mais difíceis, pois cabe a ela fabricar esses pneus para as máquinas de terraplenagem que estão ativas na Transamazônica, na Ilha Solteira, na Imigrantes, em todas as super-obras onde milhões de toneladas de terra precisam ceder lugar a construções relevantes para o bem estar do nosso povo.

Você deve saber que esses pneus têm uma importância fora do comum. Técnica e econômica. Antes, eram todos importados e custavam caro aos cofres nacionais. Hoje, boa parte deles sai das fábricas brasileiras da Firestone, que sua a camisa para atender à crescente demanda do novo ritmo de nosso país.

Mas a confiança da Firestone no Brasil é tão grande, que ela não hesita em investir 200 milhões de cruzeiros (32,5 milhões de dólares) só no biênio 73/74 para a expansão das suas instalações industriais.

Tal programa de expansão, quando pronto, propiciará um aumento de 55% sobre a atual capacidade de pneumáticos e 45% sobre a de câmaras de ar.

E não é de hoje que a Firestone vem demonstrando essa confiança e investindo neste país. Já em dezembro de 71, a Firestone figurava no Boletim Oficial do Banco Central entre os dez maiores investidores no Brasil.

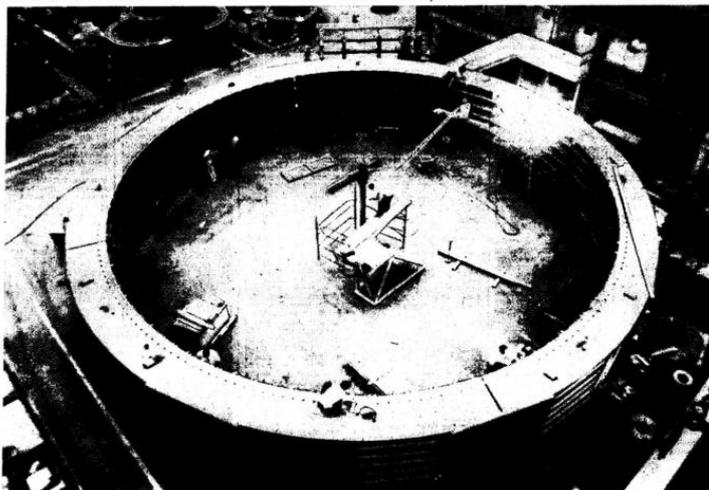
A Firestone não vacila nesse campo, tanto que chega a aplicar 10 milhões para a fabricação de apenas uma nova medida de pneu de terraplenagem.

Já pensou? Talvez você não saiba, mas a Firestone é a única que fabrica a mais variada quantidade de medidas de pneus de terraplenagem nesta parte do continente americano.

E bom saber, também, para ter uma idéia desse trabalho. Um só desses gigantes equivale a 236 pneus de "fusca" e exige cuidados muito especiais de fabricação. Com seus 2,84 metros de altura e um peso de 1.650 quilos, é a maior roda de borracha fabricada na América Latina.

Uma roda gigante bem brasileira, produzida especialmente para o gigantismo brasileiro.

Agora, quando você viajar por uma rodovia bonita e plana, por favor, dedique um pouco da sua satisfação a quem rodou por ali bem antes, quando o chão ainda era bruto e difícil.



Carcasa do Estator para Hidrogerador de 365.000 KVA - Usina de Itumbiara - Cliente - Furnas.

## GE. A energia que antecipa o futuro.

Itumbiara,  
Salto Santiago,  
Tucuruí.



Rotor para turbina Francis 400.000 H.P. Usina de Salto Santiago - Cliente - Eletrosul.

Itumbiara, Salto Santiago, Tucuruí. O hoje é amanhã. O Sul e o Norte. A constante busca de novas soluções fazem do futuro uma tradição da General Electric. Através de sua tecnologia e experiência, ela participa dos grandes empreendimentos no campo energético. Geradores e turbinas GE já integram usinas em operação como a de Paulo Rea e Itaipá (CEEE), Jupia e Itumbiara (CESP), Furnas e Furnas (FURNAS), Volta Grande (CEMIG), Cachoeira Dourada (CELIG) e Morumbi (CHESF). Este exemplo de GE também está presente em obras em andamento, como Salto Santiago (ELETRONORTE), onde as turbinas GE vão permitir a sua usina alcançar uma capacidade de dois milhões de kw. Em Itumbiara, a GE fornece a totalidade dos hidrôgeneradores, contribuindo assim para que essa obra apresente um dos custos de instalação mais baixos do mundo, com um índice de nacionalização de 87%, nunca antes atingido. E há ainda os projetos em execução, como de usina de Tucuruí (ELETRONORTE), no Rio Tocantins, onde a GE participa com dois hidrôgeradores de 250 MVA, com a mesma qualidade e desempenho dos outros 74 já fabricados pela GE do Brasil, totalizando seis milhões de KVA, quase a quarta parte da potência instalada no País. A General Electric ajuda o Brasil a construir o amanhã. Com muita força e energia. Assim, o futuro chega mais depressa.

**GENERAL ELECTRIC DO BRASIL S. A.**

Figura 28: Publicidade de empresas ligadas à construção das UHEs.

Na publicidade da Nife acumuladores pode-se ler: “Continuamos a contribuir para o progresso do nosso país”<sup>196</sup> e a Firestone dialoga com o interlocutor: “você está notando a velocidade com que o Brasil vem crescendo nos últimos dez anos? Veja, amigo, o Brasil cresceu no tempo e no espaço, porque em dez anos já está alcançando seu futuro de potência mundial.” (figura 27).<sup>197</sup>

A empreiteira e barrageira Camargo Corrêa apostou na repetição do jargão: “Integração da Amazônia. Energia brasileira para garantir o desenvolvimento”. Esta foi a única empresa responsável pelas obras civis da UHE de Tucuruí (figura 28).

**TUCURUÍ**

**INTEGRAÇÃO DA AMAZÔNIA**

**ENERGIA BRASILEIRA PARA GARANTIR O DESENVOLVIMENTO**

Hoje, ao ensejo da visita do Presidente Geisel, tem início a construção da 2ª etapa da Usina Hidrelétrica de TUCURUÍ.

O Governo Federal, através do Ministério das Minas e Energia, dá um passo de decisiva importância na integração da Amazônia.

Localizada no Rio Tocantins, Pará, TUCURUÍ é uma obra da ELETROBRAS, subsidiária da ELETROBRAS. Com uma potência final de 3 960 000 kW, será a maior usina totalmente nacional, suprimindo a demanda da Região Norte e complementando, ao se ligar ao sistema CHESF, as necessidades de energia do Nordeste Brasileiro.

Com início de operação previsto para o 2.º semestre de 1982, TUCURUÍ fornecerá a energia necessária ao funcionamento da ALBRÁS, importante fábrica de alumina/alumínio, e, também, das minas de ferro e da ferrovia eletrificada do complexo de Carajás.

Para a engenharia brasileira, a construção de TUCURUÍ representa mais uma obra de afirmação da sua capacidade empresarial.

**CAMARGO CORRÊA**

Responsável Pelas Obras Civis

Inaugura-se a primeira fase de geração de energia da Usina Hidrelétrica de Tucuruí, com uma potência de 4 milhões de KW.

Mais do que um grande projeto, que orgulha a nossa engenharia e a destaca como uma das maravilhas do mundo, Tucuruí assume especial importância dentro de um amplo plano de emancipação social e econômica do homem da Amazônia Oriental.

Situada no Rio Tocantins, a 300 km de Belém, Tucuruí constitui-se na quarta maior hidrelétrica do mundo e sua energia será predominantemente absorvida pela exploração de recursos minerais da região amazônica. Assim, a bacia das margens dos rios Trombetas e Capim, o distrito de Serra dos Carajás, os países de alumínio da Alumar, Albrás, Alcon, entre outros.

Tal projeto envolve a produção de mais 35 milhões de toneladas de minério de ferro e eleva o Brasil entre os maiores produtores de alumínio do mundo. Mas não a isso se limita a obra. Grandes pólos industriais estão aparecendo milhares de novas empresas estão surgindo, precipitando ao homem da Amazônia a sua efetiva redenção.

A Camargo Corrêa, responsável pela construção das obras civis, acredita que esse desafio, agora vencido, representa mais um passo definitivo para a integração do homem amazônico ao desenvolvimento brasileiro.

**A ENERGIA QUE VAI MUDAR A AMAZÔNIA: TUCURUÍ**

**CAMARGO CORRÊA**

O TRABALHO QUE VENCE DESAFIOS.

Figura 28: Publicidade da empreiteira Camargo Corrêa, empresa responsável pelas obras civis da usina de Tucuruí. Fonte: O Estado de São Paulo, 17/02/1977. Veja, 03/07/1984

<sup>196</sup> “Continuamos contribuindo para o progresso de nosso país”. O Estado de São Paulo, 19/06/1969.

<sup>197</sup> “Uma roda gigante bem brasileira”. Folha de São Paulo. 24/10/1973.

A engenharia, aliás, era ressaltada “A ação da ELETRONORTE faz da Engenharia instrumento para edificar um novo mundo. Um mundo onde a tecnologia se alia aos valores humanos.”<sup>198</sup>

Mesmo as empresas estatais como a Usiminas e a Eletrobrás, utilizavam da publicidade para falar das obras e sempre usando o argumento de que o progresso, o otimismo e a participação estariam conectados. A Eletrobrás utilizou o jargão “Energia gera progresso”, numa associação direta entre os conceitos aqui tratados na construção da ideologia desenvolvimentista.<sup>199</sup>

Para a Usiminas, ser otimista significa acreditar que o homem, com seu trabalho sério e competente, obtém sempre os melhores resultados. [...] Como prova de que, para quem cresce com a força do otimismo, não existem obstáculos. Por maiores que eles sejam.<sup>200</sup>

Várias empresas publicaram notas expressando suas felicitações por ocasião da inauguração das grandes usinas hidrelétricas o que, certamente, também contribuiu para a construção do otimismo em relação a essas obras junto à população. As agências de publicidade e propaganda contribuíram para a ideologia desenvolvimentista ao usarem dos mesmos argumentos utilizados na propaganda governamental, exaltando o crescimento da indústria nacional e sua contribuição para o progresso do país.

## CONCLUSÃO

A análise realizada revela a amplitude e a sofisticação dos discursos proferidos pelo governo e como, de alguma forma, conseguiu-se validar o autoritarismo e a diminuição dos direitos da população em face do sentimento de otimismo acionado pelo crescimento econômico observado, sobretudo, no período de 1968 a 1973, chamado de “milagre econômico”. Uma pesquisa da revista *Manchete* e da LPM-Burke de 1980 (publicada na Edição 1483) dá conta de que 58% dos entrevistados era a favor da continuidade da execução dos grandes projetos do governo, citando a usina de Itaipu como exemplo, e 37% eram a favor de que as obras parassem. No entanto, 91% dos entrevistados não acreditava que a inflação de 106% do ano anterior fosse diminuir. Interessante notar que 71% dos entrevistados concordavam que o governo deveria intervir na comercialização dos produtos de primeira

---

<sup>198</sup> “Inaugurada a 1ª etapa do futuro”. Anúncio do Consórcio Engevix/Themag engenharia, responsável pelo projeto da UHE de Tucuruí e do sistema de transmissão associado, por ocasião da inauguração da usina. O Globo. 22/11/1984, p. 24.

<sup>199</sup> “Eletrobrás: 15 anos garantindo o progresso” *Veja*, 15/06/1977.

<sup>200</sup> “Usiminas. A força do otimismo”. *Veja* edição 647. 04/07/1981.

necessidade, como alimentos, e somente 26% discordavam dessa intervenção, o que serve de indício de que a propaganda funcionava bem, no sentido de que boa parte da população confiava que as intervenções estatais melhorariam a vida cotidiana e não relacionavam os empréstimos para a continuidade das grandes obras das hidrelétricas ao aumento da inflação.

No final da década de 1970, os problemas das empresas estatais se tornaram aparentes, devido sobretudo ao uso dessas empresas como instrumentos de política macroeconômica<sup>201</sup>; à pressão política para empregar cada vez mais indivíduos com conexões pessoais com cargos executivos; ao crescente número de casos de corrupção resultantes da posição quase monopolista de empresas estatais em certos setores; e aos empréstimos no mercado internacional para fornecer a entrada de divisas e lidar com a deterioração da balança de pagamentos. Isso colocou muitas empresas estatais em uma situação financeira precária e conduziu a economia a um caos, com índices inflacionários anuais muito altos (Amann; Baer, 2005).

A propaganda oficial visava, sobretudo, convencer a opinião pública nacional sobre a inquestionável legitimidade das ações e decisões governamentais em torno da concretização de seus projetos e, em especial, das obras “faraônicas”, onde se inserem as hidrelétricas de grande porte. Nesse sentido, o discurso especializado da engenharia contribuiu para legitimar a ideia de desenvolvimento, pelo domínio do conhecimento, da técnica e da tecnologia. Esse discurso parece ser bastante acríptico ainda hoje.

A *Revista Brasileira de Engenharia de Barragens* é um ótimo exemplo do discurso especializado veiculado. A edição número 4, de maio de 2017, edição especial sobre Belo Monte, traz artigos sobre aspectos técnicos da barragem, como um exemplo da engenharia nacional, ignorando todo o debate nacional a respeito dos danos sócio ambientais. A revista *A energia que queremos*, de dezembro de 2016 (figura 30) traz na capa a fotografia de uma oca indígena com duas crianças assistindo a um jogo de futebol em uma grande TV de tela plana, numa imagem que parece totalmente fora de contexto. Poder-se-ia perguntar: Será realmente para isso que as populações indígenas têm suas terras invadidas e devastadas? É essa, realmente, a energia que queremos?

Nesse sentido, faz-se necessário entender a propaganda e a publicidade da época não como um fato isolado, que se esgota em si mesmo, mas como parte de um imaginário social

---

<sup>201</sup> Por exemplo, forçando as empresas estatais a restringir os preços e tarifas cobradas por seus produtos, a fim de reprimir as pressões inflacionárias. Isso não interrompeu a inflação, mas causou grandes déficits nas empresas afetadas, minando suas operações eficientes e forçando o Estado a subsidiar as perdas incorridas, o que, por sua vez, piorou o déficit do governo (Amann; Baer, 2005).

muito maior, que serve a determinados grupos sociais e que, de alguma forma, se veem beneficiados pela perpetuação dessas ideias.

Talvez um dos melhores argumentos no sentido de que a propaganda foi utilizada com eficácia para ocultar o caráter autoritário do governo e, também que teve efeitos de longa duração no imaginário da população, são as manifestações em favor da volta do governo militar ocorridas em 2015, no episódio do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

As agitações que impulsionaram o *impeachment* de Dilma Rousseff resgataram várias referências do período militar. A adoção dos símbolos nacionais, como a bandeira, o hino e o uso de artefatos da cultura de massa como as camisas da seleção brasileira de futebol, nas manifestações convocadas pelo Movimento Brasil Livre e outros – quase uma ressuscitação das atividades do Ipês e do IBAD, tratados no segundo capítulo, no episódio da deposição do presidente João Goulart – recorreram ao mesmo espírito ufanista, à caça aos comunistas, e invocaram o uso da força e a implementação de medidas autoritárias como forma de solução rápida para as mazelas do país. O que se viu nas ruas, em 2015 e 2016, foi o resultado de um processo de construção do imaginário da população, que repetiu os mesmos argumentos utilizados contra João Goulart, em 1962.

O imaginário do gigante, em referência ao Brasil, retomado, primeiramente em 2013, nos protestos contra o investimento de dinheiro público em obras para a Copa do Mundo de Futebol de 2014, realizados no Brasil, foi novamente utilizado nos protestos a favor do *impeachment*, mas com uma conotação diferente, significando dessa vez, não a utilização dos recursos naturais, potenciais para o crescimento/desenvolvimento, como durante a ditadura, nem contra os investimentos de 2013, mas agora como subsídio de um argumento conservador de direita, travestido de revolta popular contra a corrupção etc.

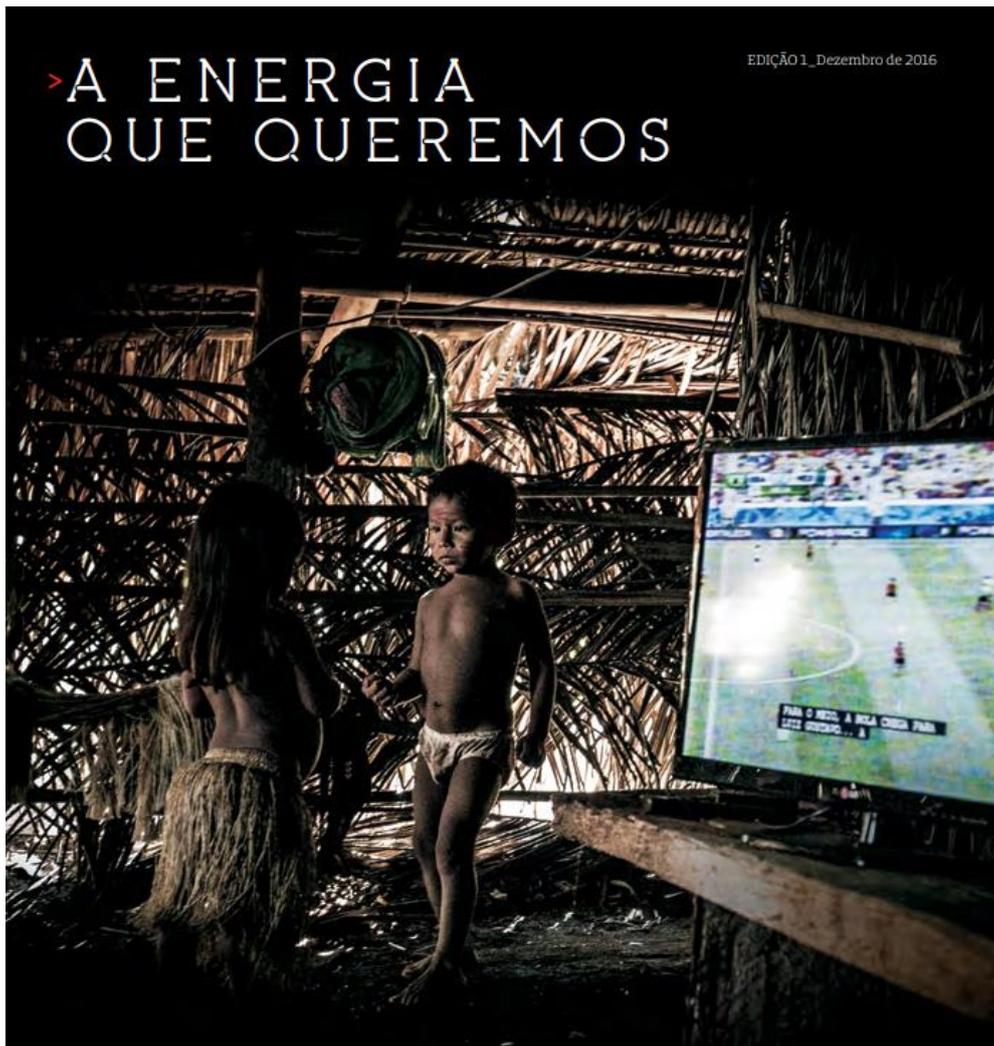


Figura 30: Capa da revista *A energia que queremos*, dezembro de 2016. Fonte: [https://media.wix.com/ugd/998f41\\_16a988bd6cff45399bfaa6181e938ec4.pdf](https://media.wix.com/ugd/998f41_16a988bd6cff45399bfaa6181e938ec4.pdf)

O poder dos empresários, sobretudo dos empreiteiros, que, comprovadamente cresceu durante o regime autoritário (Campos, 2012), foi atingido pelos trabalhos da Operação Lava Jato do ministério público e da polícia federal, e dá pistas de quais vias a política brasileira percorre para se realizar. A Operação Lava Jato foi praticamente abandonada após o

*impeachment* e a posse do vice-presidente Michel Temer. É como se pode ler no blog da revista *Carta Capital*: “O gigante acordou, mas voltou a dormir”.<sup>202</sup>

A memória, hoje já distante dos tempos de repressão e de “exceção” em relação aos direitos civis do período militar, faz com que a própria ditadura tenha se tornado um fetiche de um tempo em que não existia corrupção, a educação era boa, se respeitava o professor, entre outras coisas que, com o tempo, ganham força e subjagam ideias concorrentes que, não por acaso, foram “lavadas” da memória coletiva. A sensação de insegurança do trabalhador pobre pelo uso excessivo da força e da falta de poder de negociação com o patronato, a truculência policial, o achatamento salarial – que só conseguiu retomar o crescimento no primeiro governo do presidente Lula da Silva, em 2003 – é um eco distante para uma juventude que cresceu sem memória desse passado e que parece, no fim das contas, exagerado.<sup>203</sup>

Quando observamos as estruturas sociais brasileiras, com a vantagem do tempo, percebemos que elas se mantêm a mesma em sua base e mudam, somente, para acomodar mais do mesmo. O *impeachment* de 2016 foi o resultado de uma disputa e negociação de poder entre a elite, que sempre foi dominante no Brasil, e o governo que ampliou a participação da classe mais pobre (ou miserável, vivendo com menos de R\$1/dia) no mercado de consumo e favoreceu a inclusão de temas como a igualdade de gênero, o respeito entre etnias, entre outros, apesar de não ter abandonado a classe empresarial, que vivenciou um aumento significativo da indústria e, conseqüentemente do PIB.

Desde o início dos protestos pró-*impeachment*, houve um pequeno grupo que defendia o retorno do regime militar, pois, segundo eles, somente os militares seriam capazes de governar bem o país e trabalhar para o bem maior do Brasil (Wiesebron, 2015). Pedidos de intervenção militar e cartazes com as palavras de ordem: “O Brasil não será uma nova Cuba” (figura 31), também foram reavivados dos protestos contra as reformas de base de João Goulart, propostas em 1964 (figura 32).

Como astutamente comentado pelo jornalista Ruy Lopes, em 1984, próximo à abertura democrática:

Ainda recentemente foi inaugurada a usina de Tucuruí, construída precipuamente para favorecer uma indústria de alumínio, e cuja venda de energia não vai dar sequer para pagar os juros do dinheiro empregado na sua

---

<sup>202</sup> O gigante acordou, mas voltou a dormir. 13/06/2019. Disponível em:

<https://www.cartacapital.com.br/blogs/blog-do-socio/o-gigante-acordou-mas-voltou-a-dormir/>

<sup>203</sup> A lei da anistia aprovada pelo Congresso Nacional, em 1979, quando os militares preparavam uma transição para um governo civil, selou o “esquecimento comandado” (Ricoeur, 2007).

“Mas a anistia, enquanto esquecimento institucional, toca nas próprias raízes do político e, através deste, na relação mais profunda e mais dissimulada com um passado declarado proibido.” (Ricoeur, 2007: 460).

Somente em 2011 foi criada a Comissão Nacional da Verdade (Lei 12.528/2011) com o objetivo de apurar os abusos do poder de polícia cometidos por agentes do Estado contra os cidadãos de 1946 a 1988.

construção. Trocando em miúdos estamos trabalhando de graça para os outros. Isto significa também que, embora estejamos ocupando esta terra há mais de quatro séculos, somos os mesmos índios beijos-de-pau, os quais, a troco de quinquilharias, cortavam o precioso pau-brasil, transportavam-no e com ele abarrotavam os navios dos contrabandistas franceses.<sup>204</sup>



Figura 31: Cartaz em manifestações realizada em Natal/ RN, 12/04/2015. Fonte: Bol Fotos. <https://noticias.bol.uol.com.br/fotos/imagens-do-dia/2015/04/12/veja-fotos-dos-cartazes-do-protesto-de-12-de-abril.htm?fotoNav=38#fotoNav=59>.

Sobre as fontes utilizadas nesse capítulo, sobretudo as das Assessorias de comunicação da presidência da república e da Radiobrás, cabe dizer que estão dispersas e desorganizadas. Alguns vídeos já disponibilizados pelo Arquivo Nacional, responsável pela custódia desse material, estão erroneamente catalogados sob Agência Nacional, mas são, com certeza, da AERP. Um exemplo claro disso são alguns filmes da campanha “Povo limpo, povo desenvolvido”, com o famoso personagem Sugismundo, criado pela AERP, que está identificado como tendo sido produzido pela Agência Nacional.

---

<sup>204</sup> “Os mesmos índios beijos-de-pau”. *Folha de São Paulo*. 30/12/1984. Ruy Lopes foi diretor da *Folha de São Paulo* nos anos do regime militar e foi preso várias vezes pelas suas opiniões publicadas em sua coluna.



*Figura 32: Marcha da família com Deus pela liberdade. São Paulo, 19/03/1964.*