



O poder da comunicação: a atividade de relações públicas a serviço da ditadura civil-militar¹

VOLPATO, Alana Nogueira (Mestranda)²
MESSIAS, Fernanda Targa (Pós-Graduanda)³
Universidade Estadual de Londrina/Paraná

Resumo: Este artigo tem como recorte a análise da utilização das relações públicas como instrumento para a legitimação das ações da ditadura civil-militar que se iniciou a partir de 1964 com o golpe. Mais do que isso, ressaltamos o poder da comunicação para alavancar o discurso do regime a partir da criação de diferentes órgãos como a AERP e a Secom, que fizeram da comunicação instrumento para corromper a opinião pública. Reconhecemos neste artigo, as relações públicas como um fenômeno social que é capaz de causar impacto nos diversos subsistemas da sociedade, sobretudo o político e o econômico. Embora com tais características, enfatizamos aqui a não neutralidade da atividade e a sua função persuasiva.

Palavras-chave: Relações Públicas; Golpe de 1964; Ditadura civil-militar.

Introdução

Relações Públicas é uma atividade que possui forte potencial democrático, já que a partir de seu caráter político pode servir para o estabelecimento do diálogo, trabalhar na busca de um consenso e ainda, é capaz de dar voz aos diferentes grupos e movimentos. Sua função deveria ser a de propiciar espaços onde a sociedade civil pudesse se reunir para discutir, questionar e refletir sobre questões de seu interesse. Entretanto, historicamente, as relações públicas optaram por outros caminhos, aqueles que legitimam as prerrogativas das classes burguesas e dominantes, ignorando o seu grande potencial, amplitude e a sua eficácia se fosse direcionada a atender as concretas demandas populares.

Existem dissonâncias quanto a real determinação do local de surgimento da atividade e sua afirmação como prática profissional. Embora a maioria dos autores

¹ Trabalho apresentado ao GT História da Publicidade e da Comunicação Institucional.

² Mestranda do Curso de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). cursando especialização em Comunicação Popular e Comunitária (UEL). Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela mesma Universidade, email: alanavolpato@gmail.com

³ Pós-graduanda do curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela mesma Universidade, email: fernandatmessias@hotmail.com



reconheça os Estados Unidos como proponente da atividade, algumas correntes defendem seu surgimento na Europa (VAN RULER; VERCIC, 2003). Divido à grande influência da perspectiva estadunidense na compreensão das Relações Públicas no Brasil, iremos contextualizar a história da profissão a partir daquele país.

Com o crescimento da industrialização norte-americana, sobretudo após sua Guerra Civil, técnicas mais moderas de gestão e produção começaram a ser implantadas, visando o aumento da produção e uma maior especialização da mão de obra. Esses novos modelos de produção como o taylorismo e o fordismo geraram insatisfação dos trabalhadores diante dos baixos salários. Segundo Pinho (2008), o taylorismo, por exemplo, não passou de uma estratégia de dominação, a fim de construir um trabalhador dócil, alienado e individualista. “Tal método destituía o trabalhador daquilo que lhe era mais caro: seu conhecimento e habilidade profissional, fazendo-o perder o controle técnico do processo de produção.” (PINHO, 2008, p.28).

A situação se intensificou com o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-1918), já que muitas firmas faliram e aumentou o monopólio das grandes corporações, refletindo em condições ainda mais precárias aos trabalhadores. Neste momento, os sindicatos foram ganhando mais e mais adeptos que estavam insatisfeitos com a situação. Juntos promoveram diversas greves pelo país lutando pela redução da jornada de trabalho, melhores salários e condições. As reações dos patrões às paralizações foram violentas e sangrentas, e acabaram desmantelando a imagem viril destes capitalistas.

A atividade de relações públicas surgiu nesse contexto de luta de classes com o objetivo de amenizar a insatisfação dos trabalhadores e tornar a opinião pública favorável aos interesses das corporações. De modo mais claro, as relações públicas surgiram para manipular, ofuscar e tornar a opinião pública passiva às diferenças de classe. Nesse momento, se dedicavam a minar a consciência de classe.

No Brasil a atividade de relações públicas também despontou com a industrialização, mas só se consolidou nos anos de 1940 com Getúlio Vargas que utilizou técnicas de comunicação, sobretudo relações públicas e propaganda, para propagar uma imagem paternalista e reforçar seus ideais. Segundo Lairé, Seves e Miani (2010, p.1855), a área se origina:



50 anos do Golpe Militar de 64

"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"

[...] em momentos de conflitos, de tensão, de greves e pressão entre operários e a classe dominante. Suas primeiras atuações foram utilizadas para amenizar a insatisfação popular numa tentativa de ofuscar o antagonismo de classes. Através de trabalhos assistenciais e de construção de imagem, as Relações Públicas buscaram minimizar a insatisfação do público perante as atividades empresariais, trazendo o conceito de harmonização social como forma de manutenção do *status quo*, minimizando conflitos e antecipando informações para garantir que o sistema continuasse em funcionamento pleno.

A partir da década de 1960 a utilização das relações públicas para a construção de imagens favoráveis aos ideais privados se acentua ainda mais no Brasil. Os militares fazem dela, instrumento para a tomada de poder em 1964.

O Golpe de 1964 e o poder da comunicação

O governo de João Goulart (1961-1964), embora controverso em alguns momentos, foi capaz de amedrontar as classes burguesas - sobretudo dos setores militares e empresariais, que se sentiram ameaçados pelas reformas sociais e políticas que se mostravam eminentes. As elites e as classes dominantes enxergavam o acirramento da luta ideológica de classes e a maior politização dos trabalhadores, estudantes, camponeses e soldados como a instauração da anarquia e da baderna no país. Entretanto, segundo Toledo (2004), setores da esquerda concordam que o período de governo de Jango representa um dos mais significativos para a luta de classes e parafraseia Florestan Fernandes (1980 apud TOLEDO, 2004, p. 14):

O que se procurava impedir era a transição de uma democracia restrita para uma democracia de participação ampliada... que ameaçava o início da consolidação de um regime democrático-burguês, no qual vários setores das classes trabalhadoras (mesmo de massas populares mais ou menos marginalizadas, no campo e na cidade) contavam com crescente espaço político.

Nos anos que antecederam o golpe, era possível notar o desenvolvimento do país em diversos aspectos, sobretudo naqueles que diziam respeito à politização das classes oprimidas. O Brasil estava se tornando verdadeiramente inteligente. Diante dessa ameaça, eram necessários argumentos que legitimassem um golpe capaz de frear essa democracia política que se construía, e reprimir as reformas sociais e políticas do



governo.

O Golpe de 1964 foi chamado, por seus vitoriosos, de revolução, se legitimou e justificou-se como a conclamação aos anseios da nação brasileira, já que foi a “solução” encontrada para a “crise política” da época. Vale frisar que, embora idealizado pelos militares, tanto o Golpe de 64 quando a ditadura que se constituiu em seguida teve sustentação por setores da sociedade civil, como os empresários e a própria Igreja Católica.

O regime militar que se instaurou após o golpe se estruturou sob um discurso autoritário e coercitivo, mas, ao mesmo tempo, se caracterizava como revolucionário já que se autolegitimava como representante das aspirações populares. Nesse sentido, Heloiza Matos (2008, p.171) afirma que “a estruturação do discurso do regime militar autoritário [...], se deu pelo aprofundamento da oposição entre ordem e caos, tanto para desqualificar o governo deposto como para legitimar o golpe como instrumento restaurador da ordem”.

O governo militar é marcado pelos múltiplos investimentos em tecnologia, sobretudo nas telecomunicações, estratégia essa que tornou possível a difusão de seu discurso. Conforme explicação de Antoun (2004) a partir do pensamento marxista, as tecnologias são meios de produção apropriados pela burguesia que possibilitam novas formas maximizar o ganho a partir da exploração do trabalho. Da mesma forma, é possível afirmar que as estratégias de comunicação desenvolvidas pelo regime são extensões desses mecanismos de exploração e controle social.

A comunicação, em suas mais diferentes vertentes, possibilitou a construção da imagem de um Brasil que transitava de um país atrasado e debilitado rumo ao franco desenvolvimento econômico e social; literalmente “uma país que vai para frente”, um dos slogans criados pelo regime. Na realidade, o Brasil que no início da década de 1960 se mostrava mais politizado, regrediu à massa de manobra, dessa vez de um regime autoritário e repressor.

O poder, inerente à comunicação é tão absoluto quanto o de uma arma. Ela - a comunicação - é propulsora da ação coletiva na medida em que seus meios têm a capacidade de transformar as formas de cooperação das pessoas e a maneira como elas mesmas se reconhecem. Assim como a comunicação, ao reconhecer a opinião pública



como uma poderosa força capaz de desbancar governos, a comunicação torna-se instrumento, no mundo capitalista, para comprar, corromper e dividir a opinião pública.

A materialização desse poder durante a ditadura civil-militar é percebida em diferentes momentos, mas legitimada e institucionalizada com a criação de diferentes organismos. Especificamente, as relações públicas estiveram presentes de forma bastante consistente nesse cenário.

As Relações Públicas durante a ditadura civil-militar

Assim como em seu surgimento, no conflito entre patrões e operários, as Relações Públicas no Brasil carregam ainda hoje o estigma adquirido durante os anos do governo militar. Estigma esse caracterizado pelo desenvolvimento da atividade institucionalizada já no início da ditadura, como mostram diversos autores da área, ou mesmo por atividades de propaganda política desenvolvidas no âmbito de departamentos e órgãos que carregavam o nome da profissão, sem ser fiel às suas competências.

É necessário expor, brevemente, o que se entende por Relações Públicas para criticar a adequação das atividades aos nomes dos departamentos que as desenvolveram e, ainda, para compreender de que forma a profissão foi influenciada por esse período. A compreensão de que RPs são uma forma de conquistar a cooperação dos públicos em favor dos objetivos da organização representada foi um paradigma da área por muito tempo. Para Vieira (2002), a tática desempenhada pelas Relações Públicas foi a de “formação” da opinião pública, e a estratégia seria o objetivo final de legitimar o poder de decisão organizacional.

Uma das definições clássicas da área foi definida pela Associação Brasileira de Relações Públicas - ABRP (1955), que a definem como “a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada”.

A função das Relações Públicas é planejar, criar e controlar canais ou espaços de comunicação entre uma organização e seus públicos. De fato, sabe-se que a



construção de relacionamentos depende da comunicação e que esta depende de uma série de fatores para acontecer. Por exemplo, a liberdade de informação, de expressão, a qualidade dos canais ou dos eventos define se esse relacionamento será benéfico para os dois lados ou só para um. Sendo assim, a atividade pode oscilar em um espectro de total liberdade para todos os envolvidos e, assim, cumprir seu papel; ou partir de um contexto de imposição, censura e convencimento, arquitetando uma opinião pública favorável que legitime a organização.

Certamente essa seria a única possibilidade dentro do governo militar no Brasil. A atividade, que começava a se desenvolver e ter articuladores, é atropelada pelas mudanças políticas do país na época do golpe militar de 1964. Para ilustrar o momento, vale mostrar que a primeira associação de RP, a ABRP, havia sido criada na década de 50 para unir esforços e planejar atividades de formação.

Pouco depois, em 1965, alguns membros da ABRP (entre eles o presidente do conselho nacional, Ney Peixoto do Vale) propõem a regulamentação da profissão. Com o regime militar e a vontade de se controlar tudo que diz respeito à comunicação, a lei é aprovada rapidamente. Kusch (1997, p 22) explica que

a década de 1960 é assinalada pela emissão da lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, que, regulamentada em 26 de setembro de 1968 e aprovada no mesmo dia pelo decreto-lei nº 63.283, tornou a atividade privativa dos bacharéis de comunicação social com habilitação em relações públicas. Trata-se, sem dúvida, do fato mais marcante da década, comemorado na época por seu pioneirismo, pois o Brasil foi o primeiro país do mundo a tomar tal iniciativa. Mas esta, como logo seria dado a perceber, acabou se constituindo em sério obstáculo para o crescimento e consolidação da área

A autora explica que a lei foi prematura. Regulamentou-se a profissão antes que a atividade tivesse o devido reconhecimento da sociedade ou do meio acadêmico. Duarte (2011) afirma que nessa década as práticas de “Relações Públicas” se desenvolveram de forma privilegiada, já que os militares usaram essa expressão para referir-se a outras atividades da comunicação. Dessa forma, o primeiro contato da maior



parte do país com as Relações Públicas aconteceria pela experiência da Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP, distorcendo sua função ideal.

Criada durante o governo de Costa e Silva, em 15 de janeiro de 1968, A AERP tinha como objetivo construir uma imagem positiva do governo e dos governantes frente à opinião pública. Paula e Abreu (2007) mostram que, internamente, a assessoria deveria motivar a cooperação em prol do desenvolvimento nacional e, externamente, mostrar a realidade brasileira.

É durante o governo Médici que a AERP se torna mais efetiva e, conseqüentemente, mais conhecida. Foram criados departamentos e manuais sobre Relações Públicas. Sequeira e Rocha (2004) afirmam que a Assessoria era responsável por determinar quais informações iriam circular, de que forma, com que objetivo. A reativação do órgão no governo Médici foi fundamental para centralizar a comunicação do regime militar, fazendo com que as mensagens do governo fossem consonantes e impedindo que mensagens díspares atingissem de alguma forma a imagem dos governantes.

O principal meio utilizado para as propaganda políticas criadas é a televisão que, segundo Sequeira e Rocha (2004), alcança o número de sete milhões de aparelhos. As peças veiculadas tratam, principalmente, das melhores obras e resultados do governo, voltando para o aspecto econômico. A imagem construída do presidente é fraterna, popular. Misturou-se às notícias sobre a Copa do Mundo de futebol. Além de insistir em mostrar o crescimento de 10% ao ano da economia, a propaganda trazia o caráter nacionalista que convidava o cidadão a construir o país.

O governo seguinte, de Ernesto Geisel, desativa a AERP por considerara o gasto com comunicação descartável, além de afirmar que a assessoria era uma característica de governos autoritários. Em 1975 a AERP é extinta e, no ano seguinte, substituída pela Assessoria de Imprensa e Relações Públicas – Airp, que coordenava a comunicação do poder executivo. Ainda no mesmo ano, esta última é desmembrada e transformada em Assessoria de Imprensa e Assessoria de Relações Públicas – ARP.

Tantas mudanças foram feitas na tentativa de evitar a comparação entre as assessorias de comunicação do governo então no poder, com o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, do governo Getúlio Vargas. Outra preocupação era a de



não exaltar os líderes militares nas propagandas, o que também lembraria regimes autoritários. As propagandas eram sempre ufanistas, otimistas e apelavam para a emoção.

Peruzzo (1986) explica que a ARP foi criada para atuar em três segmentos diferentes. O primeiro da educação informal, preparando a população com conhecimento básico sobre saúde, educação, higiene, promovendo melhores condições de vida e, assim, força de trabalho. O segundo, o caráter nacionalista que deveria motivar o povo brasileiro a agir pelo desenvolvimento. E, por último, a colaboração da comunicação para o desenvolvimento.

Fica claro, portanto, que nestes períodos busca-se a sintonia entre população e governo. Governos que impuseram por vias não democráticas para preservar as condições favoráveis à acumulação capitalista, utilizando todos os meios disponíveis para neutralizar a ação daqueles que não consentiam. Utilizaram-se também as Relações Públicas na busca do consenso, da legitimidade para um regime descolado das reais necessidades e interesses da maioria da população. (PERUZZO, 1986, p 118)

O governo já enfrentava a insatisfação da população a algum tempo e a pressão era cada vez maior. Em uma tentativa de manter alguma aprovação e se manter no poder, o regime militar começa a tolerar alguma abertura e, no governo de João Batista Figueiredo, em 1979, é criada a Secretaria de Comunicação da Presidência da República – Secom, que até hoje é o órgão que reúne as ações de comunicação.

A Secom foi criada com status de ministério e teve seu propósito divulgado em um documento chamado “Bases para uma Política de Comunicação Social no Governo João Batista Figueiredo”, que dizia:

o povo tem o direito de saber o que fazem seus mandatários, por que o fazem, que ônus e benefícios decorrerão de cada caso de ação da autoridade. (...) os comunicadores sociais do governo tem o dever de motivar e conscientizar o público para obter sua participação voluntária na solução dos problemas nacionais ou mesmo locais (...) a eficácia da decisão política depende da compreensão do povo e de sua aceitação. (FARO apud PEROSA, 1995).



Se o regime militar buscava uma mudança, creditava agora sua esperança de continuar no poder na mística popular. Na aceitação de um líder carismático, que inspirasse entusiasmo e fé. Felizmente, não houve estratégia de comunicação suficiente que pudesse conter os ânimos da população que clamava por um regime democrático.

Considerações Finais

Percebe-se que a ditadura civil-militar que teve início em 1964 usou todos os recursos de comunicação possíveis, dentro dos limites impostos por si mesmo, para que continuasse no poder com a colaboração e cumplicidade da população. Também é possível notar que as Relações Públicas, indiscutivelmente, surgiram em seu contexto inicial e se desenvolveram no Brasil representando os interesses de quem dominava, e não de quem era oprimido.

Dentro do exposto, fica claro que foram arquitetadas propagandas políticas e ideológicas visando à manutenção da ditadura militar, levando em consideração as aspirações do povo brasileiro, o medo instaurado e o cenário econômico. Os órgãos de comunicação, chamados de assessorias de Relações Públicas com as devidas mudanças de nomenclatura de um mandato para outro, foram criados a fim de conduzir a opinião pública, conter subversões e esconder muito do que se passava no Brasil. Na tentativa de ocultar essas ações, as assessorias eram criadas e recriadas, tentando desligar-se da anterior.

No entanto, deve-se considerar que a teoria de Relações Públicas não se enquadra tão bem nas funções da AERP, Airp e Secom quanto, por exemplo, a propaganda. Todos os autores citados anteriormente se referem à propaganda política para explicar as práticas desses órgãos. Embora se tenha trabalhado com a opinião pública, as questões levantadas por ele não foram trabalhadas pela construção de relacionamentos, ou por sua tentativa. Essa suposição é romântica, sobretudo no cenário em questão. Mas é feita para se pensar no estigma das Relações Públicas criado nesse momento político do país.

Cinquenta anos após o golpe militar, as RPs ainda lidam, interna e externamente, com as concepções criadas e adotadas com as assessorias. Essa confusão



existe na sociedade, que considera Relações Públicas a atividade de criar e vender imagens organizacionais ao público, independente da realidade que deveria basear essa imagem. O mesmo equívoco parece ser cometido pelas estudantes, profissionais e autores da área que, às vezes, afirmam ser essa a época em que a profissão mais se desenvolveu no país. O estigma foi criado, aceito, adotado. A conduta de Relações Públicas nunca poderá efetivar-se, realmente, se as intenções da organização forem anteriores à opinião pública. Muito menos se perdurarem. A relação entre organização e público precisa ser mútua para que seja justa. É preciso aprender com a história.

Referências

ABREU, Alzira Alves de; PAULA, Christiane Jalles de. **Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

ABRP. **Definição oficial de Relações Públicas**. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/historia/parte_13.htm>. Acesso: 18 jan. 2014.

ANTOUN, Henrique. O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 2, p. 67-82.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa no Brasil**, 2011. Disponível em: http://twileshare.com/uploads/Assessoria_de_Imprensa_no_Brasil_2011.pdf
Acesso em: 11 fev 2014

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade**: novos paradigmas da Comunicação Organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

LAIRÉ, Lorène Munique; SEVES, Natália Cabau; MIANI, Rozinaldo Antônio. As Relações Públicas apropriadas pelos movimentos sociais e populares. In: Seminário Internacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia, 1., 2010, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: NPMS, 2010. p. 1853- 1869.

MATOS, Heloiza. Governo Médiçi: discurso oculto na comunicação institucional – o caso AERP. In: MOURA, Claudia Peixoto de. **História das relações públicas**: fragmentos da memória de uma área. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. **A hora do clique**: análise do programa de rádio a voz do Brasil da velha à nova república. São Paulo: ANNABLUME, 1995.

PERUZZO. Cecília M. K.. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. 2. ed.



50 anos do Golpe Militar de 64

*"A história que a mídia faz,
conta ou não conta"*

São Paulo: Summus, 1986.

PINHO, José Afonso. O contexto histórico do nascimento das Relações Públicas. In: MOURA, Cláudia Peixoto de. **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SEQUEIRA, C.M.; ROCHA, L.V. **O papel da mídia durante o processo de construção da hegemonia pela ditadura militar** - uma visão gramscianiana. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

TOLEDO, Caio Navarro. Brasil: do ensaio ao golpe (1954-1964). **Revista Brasileira de História**, v. 24, n. 47, p. 13-28.

VAN RULER, Betteke; VERCIC, Dejan. **Perspectivas europeias das relações públicas.** Tradução de John Franklin Arce. *Comunicação & Sociedade*, v. 24, n. 39, p. 155-172, 2003.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações públicas: opção pelo cidadão.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
