



A Comunicação Institucional do Governo Militar: A Assessoria Especial de Relações Públicas e a Revista Manchete¹

Alana Sdroievski GONÇALVES²
Barbara Terra Parra de ALMEIDA³
Jéssica Danielle Lazzarom de OLIVEIRA⁴
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Este artigo aborda o uso da comunicação institucional como meio de legitimação do governo militar perante a população brasileira. Para isso, analisa-se de que maneira os militares utilizaram as relações públicas (Assessoria Especial de Relações Públicas - AERP), a publicidade (campanhas favoráveis ao regime) e o jornalismo (revista Manchete) para embasar a hipótese de que ferramentas de comunicação podem ser usadas por instituições a fim de garantir o apoio da opinião pública. Além disso, houve no período de ditadura militar o fortalecimento dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), sobretudo os relacionados à informação. Nessa perspectiva, o artigo visa demonstrar como a AERP e a Manchete constituíram-se em Aparelhos Ideológicos do Estado de Informação por disseminarem a ideologia do regime militar.

Palavras-chave: Comunicação Institucional. Assessoria Especial de Relações Públicas. Revista Manchete. Aparelhos Ideológicos de Estado.

Ditadura militar no Brasil

A partir da década de 1960 o Brasil passou por uma transformação política, saiu de um regime democrático para um contexto ditatorial imposto pelos militares e apoiado por diversas instituições da sociedade brasileira. A justificativa do golpe que levou os militares ao poder em 1964 foi a imposição de uma ordem diante do caos que era vigente no país em virtude de uma herança do nacional popular advinda dos governos de Jânio Quadros e João Goulart.

A atuação militar no movimento de 1964 fundamentou-se na formulação de uma doutrina de segurança nacional que postulava a reformulação geral da estrutura política e das instituições governamentais, bem como a necessidade do desenvolvimento econômico apoiado na intervenção estatal e no capital internacional. Durante duas décadas os presidentes militares impuseram uma legislação autoritária, através de atos

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Graduada em Tecnologia em Comunicação Institucional da UTFPR, email: alana_sd@hotmail.com

³ Graduada em Tecnologia em Comunicação Institucional da UTFPR, email: barbaraterra@hotmail.com

⁴ Graduada em Tecnologia em Comunicação Institucional da UTFPR, email: jessica.laz@hotmail.com



institucionais, decretos-leis, atos complementares e emendas constitucionais. Dentre estes, destaca-se o AI5, o qual empregava largamente a censura, suprimia a liberdade de expressão, limitava o poder do congresso e judiciário, decretava intervenções nos estados e suspendia garantias e direitos políticos e individuais.

O país, no mesmo período, contou com a expansão do sistema de telecomunicações que foi utilizado como “veículo de controle político e de propaganda ideológica sob o signo da ‘Segurança Nacional’ e da ‘Integração Nacional’” (HABERT, 2001). Aproveitando-se do grande avanço das telecomunicações, o governo ditatorial criou a Assessoria Especial de Relações Públicas – AERP – com o objetivo de centralizar a comunicação produzida pelo governo. Outra ferramenta para arrecadar apoio da opinião pública foi a notícia institucional, pois a veiculação de notícias governamentais em jornais atribuía confiabilidade às ações do regime militar.

Ferramentas da manutenção do poder

A ditadura militar no Brasil impôs sua ideologia às demais classes provocando a divisão entre dominantes e dominados. Contudo, a ideologia dominante não se estabelece sobre as demais de forma simples, mas enfrenta uma luta constante para manter-se sobre as diferentes ideologias.

[...] a reprodução da ideologia dominante não é a simples repetição, não é uma reprodução simples, nem sequer uma reprodução ampliada, automática, mecânica de instituições *dadas*, definidas, de uma vez por todas, por suas funções: é o combate pela unificação e renovação *de elementos ideológicos anteriores*, disparatados e contraditórios, numa unidade conquistada na e pela luta de classes, contra as formas anteriores e as novas tendências antagônicas. (ALTHUSSER, 2007, p. 111).

A partir dessa ameaça o governo militar, por conta da forma como atingiu o poder e por suas medidas repressivas, preocupava-se com a formação da opinião pública. Portanto, foram utilizadas ferramentas da área da comunicação para se obter uma imagem positiva perante a população. A comunicação social foi empregada para criar consonância entre a percepção de governo do regime militar e da sociedade civil, de forma a garantir a hegemonia e a fim de perpetuar o poderio ditatorial.

Louis Althusser, na obra *Aparelhos Ideológicos de Estado*, afirma que “nenhuma classe pode duravelmente deter o poder de Estado sem exercer simultaneamente a sua hegemonia sobre e nos *Aparelhos Ideológicos de Estado*” (ALTHUSSER, 2007, p. 49). Além disso, admite a existência de um todo social dividido em níveis articulados por



uma determinação específica, infraestrutura e superestrutura. A infraestrutura corresponde a base econômica da sociedade, dividida entre forças produtivas e relações de produção, enquanto a superestrutura compreende dois níveis, o jurídico-político (direito e Estado) e o ideológico (religião, moral, escola, cultura).

Ao mesmo tempo em que se relacionam, a infraestrutura e a superestrutura mantêm aspectos bem definidos dentro do todo social, sendo que a primeira compõe a base que sustenta a segunda. Desta forma, a superestrutura depende da eficácia da infraestrutura para manter-se sólida. O nível jurídico-político da superestrutura é representado pelo Aparelho Repressivo do Estado (ARE), e o ideológico pelo Aparelho Ideológico do Estado (AIE). O ARE compreende: o governo, a administração, o exército, a polícia, os tribunais, as prisões, etc., os quais funcionam principalmente através da violência (Althusser, 2007, p. 67). Já o AIE atua ideologicamente sob a forma de instituições distintas e especializadas como, por exemplo, igrejas, escolas, meios de comunicação e de cultura, etc.

A partir da teoria de Althusser, compreende-se que os dois aparelhos possuem naturezas distintas, porém agem de acordo com a ideologia dominante. Enquanto o ARE é representado pela classe dominante que detém o poder do Estado, os AIE's são múltiplos e relativamente autônomos.

Nesse sentido, os Aparelhos Ideológicos do Estado são, segundo Althusser, “um certo número de realidades que apresentam-se ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas” (Althusser, 2007, p. 68). De fato, várias instituições podem ser consideradas AIE's, desde que sustentem a ideologia dominante do Estado, pois este necessita da combinação entre o ARE e o AIE para a manutenção e estabilidade do poder. Dentre os exemplos de AIE inseridos nas formações capitalistas contemporâneas destaca-se o Aparelho Ideológico de Estado de Informação, formado pela imprensa, rádio, televisão e outros meios de disseminação da informação.

Como Aparelho Ideológico de Estado de Informação utilizado pelo governo ditatorial brasileiro destaca-se, para esse estudo, a Assessoria Especial de Relações Públicas e a Revista Manchete.

Assessoria Especial de Relações Pública (AERP)

A Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP) foi criada em 15 de janeiro de 1968 por meio do decreto nº 62.119, durante o governo do Marechal Arthur da Costa e Silva, com o objetivo de centralizar os órgãos governamentais de propaganda.



A criação da AERP propunha estabelecer um canal de comunicação entre o governo e a sociedade, pois acreditava-se que a população que a população estava mal informada a respeito das ações do regime militar. Além disso, esse canal de comunicação foi criado para desconstruir a imagem negativa que a opinião pública detinha do governo e expor o trabalho dos militares pós-golpe de 64. Conforme Margarida Kunsch, “(...) ela [AERP] funcionou como uma verdadeira agência de propaganda política, para ‘vender’ o regime autoritário de forma massiva, disfarçando a censura mais violenta que este país já teve” (KUNSCH, 1997, p. 26).

Durante o governo de Médici a AERP foi chefiada por Octávio Costa e difundiu uma série de propagandas institucionais a respeito do resultado das ações do governo militar no Brasil, como o milagre econômico.

[...] o período em que Octávio Costa (governo Médici) ocupa a chefia dessa assessoria parece ter sido, em termos conjunturais internos (crescimento econômico) e externos (baixa do preço do petróleo e aumento do fluxo de capitais investidos no Brasil advindo principalmente dos Estados Unidos), o momento mais propício à divulgação de uma imagem positiva do governo (FICO, 1997, p. 92).

Por essa razão, pode-se afirmar que a AERP atingiu o ápice de reconhecimento do seu trabalho no governo de Médici, pois foi a partir de 1969 que a economia do país alcançou índices elevados. Porém, o crescimento econômico não atingiu todas as camadas sociais e o governo militar sentiu a necessidade de estabelecer um canal de comunicação que divulgasse os indicadores econômicos mostrando que tais resultados atendiam aos interesses nacionais e não aos de uma camada específica da sociedade. Portanto, a veiculação das propagandas institucionais reforçava a ideia de um país em desenvolvimento e enfatizava a perspectiva de nação unida em prol do progresso.

As propagandas institucionais desenvolvidas pela AERP tinham como características a exaltação ufanista, não personalismo, o desenvolvimento econômico e o entendimento das necessidades da população. Procuravam, ainda, estabelecer um diálogo entre governo e sociedade, fazendo com que a população acreditasse que era a peça essencial no desenvolvimento e crescimento do país. Este perfil era eficiente somente em uma direção (governo-sociedade), visto que a população detinha apenas contato com as campanhas publicitárias, mas não podia opinar a respeito do que era veiculado. As campanhas da AERP não geravam a controvérsia (estímulo do diálogo e da opinião pública) junto aos públicos, utilizavam apenas da persuasão para conquistar os objetivos pretendidos.



A persuasão é uma das características das relações públicas, mas deve ocorrer atrelada a controvérsia e a troca de opinião e não por meio de imposições. As propagandas difundidas pela AERP visavam construir uma imagem otimista do governo perante a sociedade civil e, ao mesmo tempo, neutralizar as ações subversivas e corruptas. Tais ações fizeram com que a AERP não fosse vista como uma assessoria de relações públicas, mas sim uma agência de propaganda institucional.

Análise das campanhas produzidas pela AERP

O discurso disseminado nas propagandas institucionais da AERP buscava justificar as ações do regime e expor a imagem de um país forte, com futuro promissor e em consonância com a opinião pública com a finalidade de estabelecer uma dominação ideológica, cultural e comportamental da sociedade. A análise está centrada na observação de duas campanhas publicitárias que apresentavam um discurso produzido pelo viés da comunicação política em busca do apoio popular para a ditadura militar.

A campanha “Ninguém mais segura este país” virou, praticamente, um *slogan* do governo e sua veiculação deu-se durante toda a década de 70 e estava marcada pelo famoso *jingle* que embalou a copa de 1970 no México. A proposta da campanha era incentivar o sentimento ufanista no povo brasileiro, mesmo que a distribuição de renda no país houvesse piorado e isso tornava os abismos sociais ainda mais evidentes.

Já a campanha “Brasil, ame-o ou deixe-o” serviu de apoio à manutenção do regime militar nos moldes vigentes durante os “anos de chumbo”, período em que o regime se fez mais violento e no qual a economia estava em maior evidência, pois acreditava-se que o crescimento econômico do país estava atrelado a não abertura política.

Nesse contexto, a elaboração de uma análise do discurso, a luz da teoria de Althusser, permite afirmar que a ideologia concretizada pelas relações entre os sujeitos possibilita a representação e a interpretação simbólica do real pelos próprios sujeitos (1974, p. 50). Para Eni Orlandi (ALÓS, 2004), a ideologia interpela os indivíduos como sujeitos e, portanto, é por meio desse mecanismo que a ideologia transforma os indivíduos em sujeitos levando ao reconhecimento desse fato a partir do momento em que o sujeito insere a si mesmo e suas ações nas práticas reguladas pelos Aparelhos de Estado. A prática da propaganda institucional veiculada pela AERP tinha por objetivo principal inserir esses sujeitos em uma lógica dos Aparelhos de Estado ao regular suas



ações e buscar a neutralidade desses indivíduos a ponto de evitar a contestação de suas ações.

É importante mencionar, ainda, a análise de Orlandi (1999, p. 59-67) acerca do papel da memória em contextos de censura e repressão. Segundo a autora, a história política, de uma maneira geral, é feita dos silêncios da memória, ou seja, daquilo que não foi dito. Assim como a autora analisa o evento “Maio de 1968”⁵ podemos compreender que o golpe militar de 64 também foi um acontecimento desencadeador de todo um processo que culmina com a dominância do discurso do poder. Na construção desse discurso, a propaganda institucional é de suma importância. Ao tratar da censura Orlandi afirma que, em muitos casos, parece que ela nem sequer existiu. Isso porque a censura não se insere na memória coletiva da época, pois é algo que escapa à percepção de boa parte da população, sendo, portanto, sua análise algo tão complexo. As campanhas governamentais ufanistas devem ser observadas como algo que está inserido em uma linguagem, estando a ela submetidas.

Dessa forma, o Estado é muito importante para a constituição de um sujeito no tocante à sua individualização e às suas sociabilidades. O poder é um elemento fundamental para a constituição de uma subjetividade. É assim que se estabelece o esquecimento de determinados acontecimentos. Essa é a lógica da inserção das campanhas institucionais veiculadas pela AERP no período militar; tentava-se esvaziar o discurso de oposição e, conseqüentemente, de-significá-lo⁶ em prol da perpetuação de um discurso hegemônico e dominante daquele contexto: o discurso do governo militar.

A formação discursiva da propaganda governamental produzida pela AERP buscava a hegemonia do discurso do poder. Os discursos de liberdade foram interditados a fim de fornecer a impressão de que a censura era impossível naquele contexto. A resistência é então esvaziada assim como o discurso opositor. Portanto, pode-se classificar a AERP como um Aparelho Ideológico de Estado de Informação.

A notícia institucional

A aprovação da opinião pública é notoriamente uma preocupação na estratégia de comunicação das instituições, pois o público sempre apoia, associa-se ou compra de

⁵ O texto de Eni Orlandi remete ao movimento estudantil ocorrido na França em Maio de 1968. Ver ORLANDI, Eni P. Maio de 1968: os silêncios da memória In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da Memória**. Tradução e Introdução de José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

⁶ O conceito de de-significação para Eni P. Orlandi está relacionado a uma conjuntura que silencia determinados sentidos anteriormente atribuídos a determinadas situações. Ver ORLANDI, Eni P. *Op. cit.*



instituições com boa reputação. Nesse sentido, notícias jornalísticas podem ser utilizadas como ferramentas da comunicação institucional. A notícia institucional, ou seja, o uso da imprensa por organizações é o mais eficiente caminho para a conquista de apoio da opinião pública.

A notícia institucional permite atingir um grande grupo heterogêneo de indivíduos que se caracteriza pela instabilidade e não tradição e, portanto, é mais facilmente influenciável. Além do alcance da mídia jornalística, outros fatores são relevantes na característica de formadora de opinião pública atribuída a notícia institucional. Uma publicação veiculada em meio jornalístico e não publicitário confere maior credibilidade a determinado texto, pois se trata de uma mídia, teoricamente, imparcial e não paga. Esses dois aspectos são determinantes na tentativa das instituições de legitimarem suas ações, porque somam confiabilidade ao que é dito, logo, instituições procuram transformar acontecimentos pertinentes ao seu ambiente em notícia para a imprensa, atribuindo relevância aos seus dados para que estes ganhem divulgação jornalística.

Instituições públicas também fazem uso da notícia institucional para criar um fluxo de comunicação entre sociedade civil e Estado. Nesse caso, as notícias são vistas como prestação de contas do governo perante a população. Assim, o setor público não apresenta grande preocupação em acrescentar relevância às suas notícias, pois suas ações já integram a pauta da mídia jornalística.

O governo ditatorial brasileiro aproveitou o espaço da mídia para alcançar a população e inculcar uma imagem otimista do Brasil. A produção de notícias no período exaltava o desenvolvimento econômico do país e associava o êxito da economia ao governo autoritário, pois esta realidade sustentava a manutenção da ditadura.

Outra estratégia utilizada na construção da imagem do governo militar foi o aproveitamento de determinadas fragilidades da opinião pública. A comunicação de massa, amplamente utilizada para divulgação de notícias governamentais, atinge um grupo heterogêneo que é principalmente impulsionado pelas emoções.

Uma característica do grupo é a probabilidade de ele responder às emoções nobres fundamentais - a coragem, a gratidão e o espírito de sacrifício - antes que às emoções de medo, ódio, inveja, ou desaprovação. Nas suas decisões, os grupos tendem naturalmente para o idealismo e moralidade. (CANFIELD, 1961, p. 34).



Essa particularidade do grupo justifica a divulgação somente das “boas” ações do governo na imprensa. As notícias da época levam ao entendimento que as atitudes do governo ditatorial faziam o melhor pela sociedade, procurando exclusivamente o desenvolvimento do país e, por consequência, uma melhora na vida da população. A omissão das medidas repressoras tomadas pelos militares pretendia não despertar emoções de massa repreensivas que desencadeassem movimentos sociais contrários ao governo autoritário.

A Manchete e a política

Ao longo de sua história, a Manchete cobriu diversos períodos de governo, com diferentes características e ideologias, porém ao analisar exemplares do início de sua circulação até periódicos mais atuais, percebe-se uma grande contrariedade no conteúdo ideológico, pois a revista parece demonstrar apoio aos mais diversos tipos de governo. Até mesmo críticas ao representante político do momento eram evitadas ou então publicadas apenas ao término dos mandatos. Devido a esses fatores, Ricardo Martins (1999, p. 99) considera que Manchete “possuía um caráter adesista”, pois sempre procurou demonstrar identificação e apoio ao governo em vigência. Contudo, o período em que a revista aparentemente mais se utilizou do discurso governista foi justamente durante o regime militar. Reportagens exaltando o crescimento econômico do país, a grandeza do serviço militar e até mesmo justificativas em relação a atitudes de repressão, como o fechamento do congresso e a censura, eram corriqueiras nas edições de Manchete.

Para Antonio Gramsci, “a opinião pública é o exemplo concreto das relações permanentes entre o governo político e a sociedade civil que favorece o consenso entre seus atos” (apud PORTELLI, 1972, p. 33). Valendo-se deste princípio, a revista Manchete procurou criar uma imagem positiva do governo junto à sociedade, buscando sempre ressaltar fatores como a seriedade e honestidade dos militares, o crescimento econômico nacional e acima de tudo a defesa do governo contra acusações de tortura, censura ou repressão. A revista criou uma nação dos sonhos, próspera e voltada para o futuro, sendo que a realidade era de um país preso a uma ditadura militar.

Algumas edições da revista Manchete no período do regime militar evidenciam esse esforço de criação de uma realidade de país diferente da comprovada historicamente. Em praticamente todas as publicações do período referido, as matérias alusivas à política são escassas, dando-se prioridade para questões internacionais e de



entretenimento. As poucas matérias referentes ao governo, normalmente engendradas por Carlos Chagas, homem forte de *Manchete* em Brasília, são destinadas a elogiar a conduta dos militares, justificar atitudes claramente repressoras do governo e mascarar o quadro político com exaltações ao avanço econômico e de infraestrutura.

A intenção de passar para o leitor a idéia de uma nação em constante progresso, pressuposto usado inclusive pelos próprios militares, era latente, ao mesmo tempo em que questões como a seleção brasileira, moda e a vida dos artistas ganhavam um maior destaque. Assuntos condizentes com a conjuntura política real do Brasil, que embora impedidos de ser expostos em sua veracidade nos meios de comunicação devido à censura, ganharam destaque muito maior em outras revistas da época, como, por exemplo, a *Veja* que sempre procurou denunciar as atitudes totalitárias do governo sem em momento algum legitimá-lo ou apoiá-lo. A omissão voluntária de *Manchete* em questões pontuais no cenário político e a criação de um ambiente favorável ao regime militar e a seus representantes é notória. Apesar da revista ter demonstrado apoio aos governos pré-ditadura, apenas durante o governo ditatorial é que o periódico incorpora de fato a ideologia do Estado Militar em suas reportagens, tornando-se assim, de acordo com os conceitos desenvolvidos pelo teórico Althusser, um Aparelho Ideológico do Estado.

Análise da notícia institucional na revista *Manchete*

A partir da leitura das reportagens de *Manchete* e a percepção do discurso adotado por esta, é possível perceber seu posicionamento político favorável à ditadura. Segundo Michel Pêcheux, “a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer ‘os implícitos’ de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível” (1999, p. 52).

Devido aos conhecimentos que história traz, pode-se hoje ter acesso ao discurso da ditadura e todas as suas características e consequências para o país. Por este discurso já estar inscrito na memória da sociedade atual, é possível analisar a *Manchete* como um Aparelho Ideológico de Estado durante o regime militar, pois a revista utilizou discursos favoráveis ao governo ao longo deste momento histórico, porém em um período em que o acesso à verdade era restrito devido à censura. A revista favoreceu o silenciamento do discurso de contestação ao governo ao se omitir e demonstrar apoio aos militares.

As escolhas de termos e informações contempladas nas reportagens da revista constroem parte do sentido do discurso, sendo que as matérias enfatizam as atitudes



positivas do governo como a suposta procura pela redemocratização e o destaque à organização militar. Em contrapartida, em outros momentos a revista utiliza implícitos para construir a reportagem. No caso da matéria “A Festa da Independência” referente à parada militar, por exemplo, apesar de comentar apenas a beleza do evento em si, Manchete deixa implícita sua posição de apoio ao governo, cobrindo de elogios o evento e relacionando a organização do evento em si com a organização do país.

A própria exaltação da carreira militar na reportagem “Um dia na vida do recruta”, também deixa subentendido o apoio da revista ao modo de governar exercido pelo Estado, onde o militarismo constituía a base da sociedade. De acordo com Pêcheux, “a presença-ausente de um ‘não-dito’ atravessa o ‘dito’ sem fronteira assinalável” (1999, p. 78), ou seja, em muitos casos o que surge implícito em um discurso sobrepõe aquilo que é presente e legível, criando todo o sentido que é inscrito na memória. Portanto, as notícias sobre militares, em um primeiro momento, podem ser lidas como simples relato sobre uma classe, contudo, considerado-se o contexto histórico em que foram publicadas e a ausência do discurso das classes contrárias ao regime ditatorial, o não-dito, as notícias assumem um novo caráter, o de apoio ao governo militar.

As reportagens da revista Manchete, do ano de 70, são em parte responsáveis pelo silenciamento do discurso dos grupos de oposição ao poder ditatorial. Além da censura imposta pelo regime que impedia a publicação de informações que não fossem de interesse do governo, o posicionamento em favor ao regime militar da revista fez com que as reportagens fossem compostas por apenas uma ideologia. Assim, somente o discurso militar foi inscrito na memória, o discurso opositor ao da ideologia militar foi silenciado e, logo, o verdadeiro contexto histórico do período foi apagado.

A análise do gênero reportagem mostrou que a polifonia é a própria essência desse gênero que se propõe a dar a ver, por meio do discurso citado, as posições ou vozes em confronto sobre o fato noticiado. Essas vozes, entretanto, são distintamente distribuídas e valorizadas pelo(s) repórter(es) nos diferentes espaços do jornal (paratexto, texto), em razão, sobretudo, da identidade ou do distanciamento da linha editorial do jornal (GRILLO, 2005, p. 6).

Nas reportagens da revista Manchete não existe o confronto de diferentes vozes, somente o discurso do governo ditatorial tinha espaço na publicação. O outro discurso, que contradizia o “dominante”, era silenciado.



A linha editorial da revista *Manchete* não abrangia o confronto de pontos de vista, que conforme Sheila Grillo, é a principal característica do gênero jornalístico. Somente o discurso militar era retratado nas páginas da *Manchete*, fato que se constitui em mais um indício de que a revista ao invés de servir ao gênero jornalístico serviu ao Estado como Aparelho Ideológico de Informação.

Assessoria Especial de Relações Públicas e revista *Manchete* como Aparelhos Ideológicos de Estado de Informação

A Assessoria Especial de Relações Públicas e a revista *Manchete* foram empregadas pelo governo militar como Aparelhos Ideológicos de Estado de Informação, pois inculciam na opinião pública a ideologia dominante, a qual disseminava a imagem de um país em progresso econômico e social. Althusser defende a prerrogativa de que para a classe dominante se manter no poder deve haver a conjunção entre ARE e AIE. Conforme o autor, "é por intermédio da ideologia dominante que a "harmonia" (por vezes tensa) entre o aparelho repressivo do Estado e os Aparelhos Ideológicos do Estado e entre os diferentes Aparelhos Ideológicos do Estado é assegurada" (ALTHUSSER, 2007, p. 74-75). No caso da ditadura militar, houve a implementação da censura como forma de repressão para silenciar ideologias contrárias, enquanto a ideologia dominante foi disseminada por meio de campanhas e notícias institucionais. Nota-se, então, a estratégia elaborada pelos militares para legitimar suas ações perante a sociedade e manter-se como a classe no poder.

A AERP foi criada em 1968 para centralizar os órgãos governamentais de propaganda e gerar toda a publicidade pró-governo. A partir das campanhas veiculadas, identifica-se a AERP como Aparelho Ideológico de Estado, pois o órgão foi criado justamente com a finalidade de promoção das ações do regime militar. Embora a AERP fosse administrada pelo governo ditatorial, não fazia propaganda política e personalista, e sim propaganda institucional do Brasil, e "pouco importa se as instituições que o constituem [AIE] sejam públicas ou privadas. O que importa é o seu funcionamento." (ALTHUSSER, 2007, p. 69). As campanhas "Ninguém segura este país" e "Brasil, ame-o ou deixe-o" exemplificam a maneira como o Brasil era representado nas propagandas elaboradas pela AERP, um país em progressivo desenvolvimento e uma nação unida, sendo que todos os brasileiros deveriam estar satisfeitos com o progresso alcançado. As duas campanhas disseminavam a ideologia dominante, apesar de estar subentendido que



o suposto progresso do país decorria das ações do regime militar. Ronaldo Alves afirma que

A propaganda trabalhada pela AERP foi o que chamamos de *ideológica* pelo fato dela não ter sido comercial. Sua intenção era na verdade, a de formar a maior parte das idéias dos membros da sociedade. É utilizada na busca de um controle ideológico normalmente impetrado por um sistema de governo baseado no autoritarismo e na centralização. (ALVES, 2004, p. 02)

Levando em conta a tese central de Althusser acerca da ideologia é possível afirmar que as campanhas da AERP tinham como objetivo atingir a população brasileira por meio da identificação do interlocutor com o discurso institucional. Desse modo, o indivíduo em contato com o discurso produzido pelo governo apropria-se da mensagem transmitida e assume a categoria de sujeito. Nesse caso, o interlocutor assume o papel de membro do "todo social", o que garante a perpetuação da ideologia dominante. Segundo Althusser "[...] as práticas de interpelação em telecomunicações são tais, que elas jamais deixam de atingir o seu homem: apelo verbal, ou um assobio, o interpelado sempre se reconhece na interpelação" (2007, p. 97).

A revista Manchete, apesar de ser uma publicação privada e não ter a responsabilidade de reportar ações do regime fazia-o da mesma forma. As ações do governo possuem valor de noticiabilidade, pois são de interesse coletivo, contudo, nesse momento histórico, algumas publicações, pela ausência da livre expressão, preferiam não publicar notícias sobre o governo e o Estado. Já a revista Manchete, mostrou compartilhar a mesma ideologia do governo e por isso se configura como um Aparelho Ideológico de Estado de Informação. É perceptível a caracterização de AIE da revista Manchete a partir da análise de suas reportagens.

A reportagem da edição do dia 26 de setembro de 1970 ilustra a convergência de ideologias da revista Manchete e do governo militar.

O poder político do Congresso é uma conquista que se confunde com a da democracia. Os revolucionários brasileiros impõe condições aos congressistas: não deverão contestar o movimento de 31 de março, deverão reconhecê-lo como fato irreversível na vida nacional. Impõem métodos e objetivos: proibidade, desprendimento, no trato dos assuntos de interesse público, não buscar a divisão pela volta ao passado, mas a integração da conquista do futuro. (CHAGAS, 1970, p. 44-45).

O trecho acima aponta a necessidade de compartilhamento de ideologia entre o Congresso e o movimento de 31 de março (golpe militar), e como o teor da notícia é a



impossibilidade de uma democratização, conclui-se que a Manchete veiculou nota de apoio a ideologia dominante, a notícia institucional.

Os Aparelhos Ideológicos de Estado de Informação ganharam maior relevância com o desenvolvimento das telecomunicações, como a acessibilidade a rádio e televisão, maior tiragem de periódicos, criação de órgão especializado em comunicação, etc. Verifica-se no período de ditadura militar certo destaque para esse tipo de AIE em detrimento dos AIE's de outra ordem.

A comunicação institucional aplicada no governo militar no ano de 1970

A comunicação institucional, segundo Kunsch, "[...] é a responsável direta [...] pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização" (2003, p.164). Utilizando-se das ferramentas da comunicação social, como o jornalismo, a publicidade e as relações públicas o governo militar construiu sua comunicação institucional a fim de angariar apoio da população para legitimar sua ideologia.

Ciente da capacidade de influência político-social que os instrumentos da comunicação institucional possuem, a ditadura militar utilizou-se dessa estratégia para validar suas ações. Segundo Gaudêncio Torquato do Rego, “a comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança, realizando, como meta finalista, a influência político-social” (1985, p.183).

Para garantir que as idéias do governo contassem com aprovação da população, se fez necessário que a comunicação da instituição⁷ fosse bem estruturada, isto é, deveria estar bem definido o papel da comunicação institucional e criar uma aparelhagem que permitisse a efetivação do objetivo da comunicação.

Comunicação empresarial é uma atividade sistêmica, de caráter estratégico, ligada aos mais altos escalões da empresa e que tem por objetivo: criar - onde ainda não existir ou for neutra - manter - onde já existir - ou ainda, mudar para favorável - onde for negativa - a imagem da empresa junto aos seus públicos prioritários. (CAHEN, 2005, p. 29)

Analisando o período de ditadura militar, verifica-se que a comunicação empresarial, segundo os preceitos de Cahen, foi aplicada no âmbito governamental por meio da atuação da AERP. Portanto, pode-se concluir que a comunicação empresarial não é apenas exercida em organizações privadas, mas também em instituições públicas.

⁷ Instituição nesse caso é o Estado brasileiro.



Tal fato permite-nos nomear a comunicação que ocorreu no regime militar como comunicação institucional.

A AERP estruturava um sistema de comunicação governamental com a função de reproduzir o discurso militar e para comprovar sua importância na manutenção do poder, sendo diretamente ligada ao alto escalão do governo.

Outra atribuição da AERP foi a criação e veiculação das propagandas institucionais do governo. Tal ação era essencial para o governo militar, pois a propaganda política associada a censura era um recurso imprescindível para manter o discurso governamental como ideologia dominante. Segundo Kunsch, a propaganda institucional é um dos instrumentos utilizados pela comunicação institucional, pois visa “transmitir sua personalidade e fixar conceitos construtivos do seu fazer e ser [...] além disso é considerada uma publicidade de prestígio, cujo objetivo principal é a fixação de um conceito institucional” (2003, p. 174-175).

Outra característica que possibilita afirmar que o governo militar utilizou-se dos instrumentos de comunicação institucional está explícita nas relações entre o governo e os meios de comunicação privados. Havia naquele período certos veículos de comunicação que faziam uso desse tipo de notícia para transmitir uma imagem positiva do governo militar.

A notícia institucional foi uma ferramenta utilizada para atingir o objetivo da comunicação feita pelo governo e arrecadar apoio da opinião pública. A noticiabilidade natural das ações do governo são de interesse da população, no sentido de comporem uma prestação de contas, o que facilita a inserção de informações sobre o governo na mídia.

A preocupação do regime era a publicação de notícias que somassem um valor negativo ao poder militar e para evitar tal acontecimento medidas repressoras, como a censura, fiscalizavam os meios de comunicação, para que somente notícias de interesse governamental fossem publicadas. Alguns meios de comunicação optavam por cessar a reportagem de informações sobre as ações do governo e outros, principalmente periódicos, escolhiam deixar um espaço em branco em suas páginas, apontando que a notícia que deveria ocupar tal lugar teve publicação impedida como forma de indicar a prática da censura.

A revista Manchete, por seu caráter adesista, publicava notícias com as ações do governo militar, por essa razão parece não ter sofrido com a censura, pois as reportagens sobre o Estado e, por conseqüência, as ações do regime militar eram exaltadas.



Compreende-se, portanto, um apoio ao regime vigente, pois mesmo sem a confirmação de que a revista *Manchete* era escrita a mando da AERP, pode-se afirmar que seu teor era composto por notícias institucionais, porque corroboravam a manutenção da ditadura.

A configuração da comunicação institucional aplicada durante o governo militar deu-se da seguinte forma: a AERP constituía-se como um órgão responsável pela produção de notícias e propagandas institucionais, principais ferramentas de comunicação utilizadas pelo governo. A *Manchete*, mesmo sendo de iniciativa privada, disseminava a ideologia militar por meio de notícias pró-governo. Deste modo, havia uma organização pública e outra privada trabalhando a favor da comunicação institucional governamental.

Referências

A FESTA DA INDEPENDÊNCIA. *Manchete*, Rio de Janeiro, p.12-19, 19 set. 1970.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do estado**. Tradução: J. A. Guilhaon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

ALVES, Ronaldo S. P. Um País que vai Prá Frente! A Propaganda Legitimadora do Milagre Econômico Brasileiro. In: **XI Encontro Regional da ANPUH-RJ - Democracia e Conflito**, 2004, Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos. XI Encontro Regional da ANPUH-RJ - Democracia e Conflito, 2004.

CAHEN, Roger. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre a Comunicação Empresarial. A imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de Marketing**. Rio de Janeiro: Best-Seller, 2005.

CANFIELD, Bertrand. **Relações Públicas: princípios, casos e problemas**. São Paulo: Pioneira, 1961.

CHAGAS, Carlos. É possível acabar com os seqüestros? *Manchete*. Rio de Janeiro, p.60, 11 jul. 1970.

GRILLO, Sheila V. de C. **Polifonia e transmissão do discurso alheio no gênero reportagem**. 2005. 7 f. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

HABERT, Nadine. **A década de 70: Apogeu e crise da ditadura militar brasileira**. São Paulo: Ática, 2001.



KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

MARTINS, Ricardo C. **Ditadura Militar e Propaganda Política: A Revista Manchete Durante o Governo Médici**. 1999. 195 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 1999.

ORLANDI, Eni P. Maio de 1968: os silêncios da memória In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da Memória**. Tradução e Introdução de José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

PÊCHEUX, M. (1999). Papel da memória. In: P. Achard (Org.). **Papel da memória**. Tradução: José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

PORTELLI, Hugues. **Gramsci e o bloco histórico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

TORQUATO, Francisco G. do R. Estratégias de comunicação nas empresas modernas. **In: III Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial**. São Paulo: Aberje, 1985.

UM DIA NA VIDA DO RECRUTA. **Manchete**, Rio de Janeiro, p. 20-21, 19 set. 1970.