

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALIS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

### [RESUMO]

A Agência Nacional foi uma das instituições produtoras da imagem oficial da ditadura civil-militar brasileira. Apesar de ser um órgão de comunicação, atuou ativamente na produção de propaganda política. Assim, analisa-se de que maneira os cinejornais da agência serviram como uma das principais ferramentas de propaganda do regime. Exaltando aspectos positivos e silenciando questões polêmicas.

**Palavras-chave:** Ditadura civil-militar; Cinejornais; Propaganda Política.

### [ABSTRACT]

### **The Brazilian Civil-Military Dictatorship on Screen: The Newsreels of National Agency and the Official Political Propaganda**

The National Agency was one of the institutions productions of official image of Brazilian civil-military dictatorship. Despite being a communication organ, acted actively in the production of political advertising. Thus, is analyzed how the newsreels from the agency served like one of the main advertising tools of the regime. Exalting positive aspects and silencing polemics matters.

**Keywords:** Civil-military dictatorship; Newsreels; Political advertising.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

A Ditadura Civil-Militar brasileira foi marcada pela organização de um sistema político altamente burocrático, com diversas áreas de influência. Sob a tutela e vigilância sumária do Executivo, os órgãos oficiais foram divididos em diferentes setores, que ultrapassaram a política, atuando a níveis social e cultural. Este regime autoritário contou com ferramentas efetivas de difusão de ideias favoráveis às suas diretrizes. Dentre os órgãos responsáveis por estas práticas, destacamos o caso da Agência Nacional, principal instituição de comunicação oficial da ditadura. Assim, o objetivo central é analisar como cinejornais produzidos por esta agência contribuíram para a produção da autoimagem otimista, identificando os padrões recorrentes no discurso do narrador e na visualidade estabelecida. Considerando a extinção da Agência Nacional, nosso corte cronológico consiste no período entre 1964-1979, contexto de produção dos cinejornais.

Destacamos que este artigo corresponde a um recorte da pesquisa realizada na dissertação de mestrado<sup>1</sup>. Logo, para este estudo de caso, reduzimos nosso corpus documental a quatro edições cinejornalísticas do "Informativo" e "Brasil Hoje", para fins de ilustração do nosso argumento. Para a pesquisa integral, dividimos a metodologia em duas etapas, conforme a proposta de José Inácio de Melo e Souza (2003). Primeiramente, através de um levantamento quantitativo, selecionamos as edições que mais se aproximaram do tema do desenvolvimento. Ao todo, quantificamos cento e setenta e sete edições que contemplam este assunto. Em seguida, através da leitura das transcrições em consonância com as imagens, identificamos os eixos que subdividem esta temática: Inauguração de obras, Integração Nacional, visita a estados e Juventude e Trabalhadores.

A escolha das quatro edições aqui analisadas foi motivada pelo conteúdo que elas carregam, sendo bons exemplos para demonstrar alguns padrões já identificados. Assim, através da análise do conteúdo, buscamos apresentar os principais símbolos e formas de propaganda utilizadas por esta mídia. Problematizando as informações por elas difundidas ressaltamos que se trata de uma versão oficial dos fatos e que assuntos polêmicos tendiam a ser silenciados. Logo, os resquícios desta representação tendem a promover memórias favoráveis ao regime. Consequentemente, além de elaborar uma visualidade, encena representações do cotidiano político desta conjuntura, expandindo o olhar historiográfico sobre o período e dialogando com novos debates propostos pela História Pública. Ademais, promove um entendimento mais profundo sobre este contexto sensível da história brasileira, o qual se coloca cada vez mais em voga.

Mantendo-se fiel às tradições dos grupos hegemônicos, estas produções de cunho propagandístico marcaram não apenas o caso do Brasil, mas constituíram um padrão disseminado por outras ditaduras do Cone-Sul. Além disso, a fim de compreender quais os atores sociais envolvidos e a relação com outros poderes públicos, contemplamos decretos-lei que estruturaram a Agência durante este período. Cortejando-os com os conceitos de Otimismo, de Carlos Fico e sua relação com a cultura política e visual da época, articulamos sua aplicação prática na autoimagem do Estado e na elaboração de uma identidade nacional.

Em linhas gerais, define-se cinejornal como: "(...) filme de curtíssima duração veiculado nas sessões de cinema antes dos filmes de longa-metragem, composto por pelo menos quatro pequenas reportagens, totalizando em geral de seis a oito minutos de exibição" (GOMES, 2007, p.41).

<sup>1</sup>Pesquisa realizada junto ao Programa de Pós Graduação em História da PUCRS, com bolsa CNPq. Previsão de término para março de 2020. A análise integral, ainda em processo de escrita, contempla a temática mais recorrente destas produções: o desenvolvimento, dividindo-a em quatro eixos.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALIS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Logo, aparentemente, estas produções atuavam como informativos em que diversos temas eram apresentados ao público: moda, arte, inaugurações e, especialmente, temáticas ligadas à política e à agenda presidencial. Todavia, seu emprego como ferramenta de propaganda política não foi uma novidade da ditadura civil-militar. No Brasil, desde a Era Vargas o cinejornalismo surge com um direcionamento político, ainda que apresentado de maneira dissimulada. Assim, devemos "(...) compreender o cinejornal como portador de uma narrativa própria, de cunho jornalístico, e que, ao mesmo tempo, ao se expressar através do cinema é uma modalidade deste, afinal, é uma forma de jornalismo, utilizando um veículo específico" (MAIA, 2015, p.312).

Deste modo, cabe um pequeno recuo temporal para melhor compreendermos a atuação destas produções na busca por legitimação. Os regimes totalitários europeus podem ser considerados os precursores do uso do cinema como espaço propagandístico<sup>2</sup>. Valendo-se de estratégias discursivas que respondiam as demandas sociais, criavam argumentos que gerassem uma base de apoio sólida, difundindo-os na busca de convencimento à população. O caso nazista, conforme afirma Robert Gellately foi um dos precursores desta prática: "(...) o regime de Hitler fazia o possível para colocar um rádio em cada lar e explorava cinejornais e filmes para transmitir suas mensagens" (GELLATELY, 2011, p.28). Maria Helena Capelato ao analisar o caso do Estado Novo de Vargas, destaca que: "O imaginário da unidade mascara as divisões e os conflitos existentes na sociedade" (CAPELATO, 1998, p.57).

Assim, o imaginário social, na busca pela coesão, é uma das bases da propaganda oficial destes regimes. Silenciando a oposição e promovendo práticas de censura e repressão, investiam em diferentes meios de comunicação para a promoção de uma representação positivada do Estado.

Ainda que estas características se encaixem no caso da ditadura civil-militar, autores como Nina Schneider (2017) e Carlos Fico (1998) afirmam que a ditadura tentou afastar suas produções destas diretrizes. Tais diferenças aparecem através da estrutura das instituições que produziam estes materiais, bem como na relação entre os ditadores e os profissionais contratados para estes cargos<sup>3</sup>. Portanto, ainda que haja afastamentos entre os diferentes regimes que utilizaram estas produções, há características fundamentais que compõem os cinejornais, sendo o seu uso ideológico a principal delas. Por outro lado, outro traço dos cine-noticiários é sua capacidade coercitiva que se manteve por décadas, afinal, até os anos 1960 o acesso dos brasileiros à televisão era baixo. Por conseguinte, espera-se que a novidade em assistir notícias que antes eram lidas ou apenas ouvidas no rádio, resultasse em uma alta adesão do público: "(...) naturalmente assumidos pelo espectador como visões ou representações mais transparentes e diretas daquilo que efetivamente existe na realidade" (ALVES, 2018, p.17). Assim, podemos afirmar que a ditadura manteve a produção destes informativos em virtude de sua eficiência e longa duração no jogo político nacional. Um artifício já conhecido pela experiência de outros regimes, democráticos ou não.

Clarissa Castro (2013) indica que esta prática se apresenta: "(...) não mais como uma imposição violenta, mas sim como rituais, dramatizados, encenados, dispostos ao convencimento, à persuasão" (CASTRO, 2013, p.13).

<sup>3</sup>As afirmações a respeito da estrutura das instituições e da relação entre os profissionais e o Estado ditatorial foram comprovadas através da pesquisa em documentos legislativos, que compõem a nossa pesquisa. Além disso, há uma vasta produção acadêmica que aprofunda estas informações, como a ilustre obra de Carlos Fico (1998) sobre a Aerp/ARP e a dissertação de Mariana Silveira (2015) sobre a Agência Nacional.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Logo, num contexto marcado pela perseguição sumária a opositores e a métodos de violência promovidos pelo Estado brasileiro, a propaganda atuava como uma forma de encobrir crimes e violações. Promovia uma identificação do público com aquilo que lhe era exibido, despertando sentimentos de unidade e esperança na nação. Além disso, a autora ainda comenta sobre a capacidade de induzir ao público a sensação de fazer parte dos bastidores da política, o que ficou restrito durante a ditadura.

Desta forma, o cinema se sustentou como um importante aliado do discurso oficial. Anita Simis afirma que desde o princípio: "A contribuição do cinema na 'formação' da nação, a par de suas vantagens pedagógicas, teria ressonância junto ao poder" (SIMIS, 1996, p.29). A partir de linguagem simples, imagens que despertassem a identificação dos cidadãos e temáticas de acesso universal, objetivava seduzir o público e incutir seus ideais. Por isso, Pedro Alves adverte que o cinema pode ser perigoso quando destinado a manifestações autoritárias em formato publicitário:

Na sua origem e no impacto desejado junto ao público, a propaganda tem como principal objetivo veicular uma imagem homogênea, coerente e causal da realidade, profundamente implicada numa perspectiva de salvaguarda e defesa das opções, ações e condições do regime político dominante (ALVES, 2018, p.17).

Assim, podemos afirmar que a propaganda compôs uma face significativa da ditadura, atuando de maneira paralela às condutas repressivas. De acordo com Carlos Fico (1998), o mote que permeia este discurso - cuja finalidade era justificar os atos do regime - esteve presente de maneira estrutural na história do país. Em sua tese, desenvolve uma relação entre imaginário social e campo político, na qual o eixo central seria a expectativa de um futuro positivo e de grandes realizações, alocada na ideia de um país dotado de potencialidades.

Logo, parece-nos histórica a ideia do conceito de Otimismo, que, segundo o autor, guiou os projetos políticos em diferentes conjunturas. Ademais, haveria uma peculiaridade no caso brasileiro, pois o foco central da ideia otimista se encontra na relação presente/futuro: "(...) no Brasil verificou-se ao longo de sua história, um estado de tensão entre noções de passado e futuro, história e perspectiva que, para diversos grupos sociais, dissolver-se-ia na pressuposição de um venturoso porvir" (FICO, 1998, p.73-74). À primeira vista já fica clara a relação do imaginário social com os projetos de desenvolvimento marcados pela postura de modernização autoritária e conservadora.

Porém, a maneira a qual o Otimismo foi utilizado pela ditadura merece reflexão: como um regime altamente autoritário com práticas opressivas manteve uma aparência positiva em seu discurso? Para Fico, uma "fórmula temporal" soube reunir no discurso político e, principalmente na propaganda oficial, os índices de crescimento econômico e o golpe de 1964. Este, portanto, é o primeiro ponto para a compreensão da narrativa proposta pelos cinejornais da Agência Nacional. Segundo Tatyana Maia (2018), a base argumentativa do regime se sustentava na relação entre o crescimento econômico e a formação cívica dos cidadãos:

Assim, certa cultura visual sobre o país e os brasileiros, em tempos de fortalecimento do Estado-nação, foi elaborada pelos agentes estatais responsáveis por esta propaganda, associada ao nacionalismo, ao otimismo, à cordialidade das gentes, ao desenvolvimentismo, à importância das Forças Armadas até o final dos anos 1970 (MAIA, 2018, p.24).

Como afirmamos anteriormente, o uso da propaganda na busca por legitimação não foi homogêneo pelos diferentes presidentes. Havia, no interior das Forças Armadas, aqueles que almejavam se afastar completamente da imagem de regimes personalistas, logo, eram contrários ao seu uso.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Contudo, ao verem instalada uma crise de legitimidade, após os grupos apoiadores perceberem que não se tratava de uma revolução saneadora, o setor simpático à produção propagandística ganha espaço no Executivo. Ainda segundo a autora, esta mudança ocorre no final do governo Castelo Branco: "(...) diante do crescimento e impopularidade do regime e da rejeição da população ao nome de seu sucessor Costa e Silva, os grupos defensores da propaganda política insistiram na importância de construir uma imagem positiva sobre o regime e o futuro do país" (MAIA, 2018, p.27).

Assim, para que a autoimagem positiva fosse difundida, era necessária a atuação efetiva de uma instituição legal, bem estruturada e tutelada pela alta cúpula do governo. Por isso, a partir de 1967, novos decretos-lei passaram a reorganizar a Agência Nacional e seu quadro funcional. Criada em 1956 e encerrada em 1979, manteve suas diretrizes sem grandes rupturas. Entretanto, apesar de seu regimento conservar a mesma linha de atuação, tornou-se cada vez mais prestigiosa frente o governo. O primeiro passo das mudanças que a ditadura incorporou na Agência Nacional foi por meio do decreto-lei n.166, de 14 de fevereiro de 1967. Sua principal provisão foi transferir a subordinação da agência do Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Gabinete Civil da Presidência da República. Além disso, seu Diretor Geral era escolhido através de indicação pessoal do Presidente da República, respondendo diretamente a ele. Normalmente, tratava-se de jornalistas notórios, como Arnaldo Lacombe. Acerca das funções e objetivos da AN, determinava-se:

Art. 1º: (...) tem por finalidade exercer atribuições informativas, cabendo-lhe noticiar, fotografar, filmar, gravar, irradiar, televisionar e publicar atos e fatos da vida oficial brasileira, bem como acontecimentos cuja focalização interesse à divulgação do Brasil e sirva cultura à nacional.

Art. 6º: (...) caberá a esta distribuir a publicidade dos órgãos da administração direta e indireta, ficando equiparada, exclusivamente para este fim (BRASIL, 1967).

Desta forma, apesar de ser considerada uma agência de comunicação, a propaganda política era apresentada de maneira indireta, intrínseca em suas atribuições: "Embora a finalidade da Agência Nacional fosse informar e divulgar as atividades do governo, fazia também uma propaganda dissimulada em notícia, através da promoção de conquistas do governo" (SILVEIRA, 2015, p.47). Veremos a seguir, através da análise de algumas edições dos cinejornais, como isto ocorria disfarçado de eventos cívicos e militares. Por exemplo, duas das temáticas mais comuns eram a inauguração de obras e a busca pela integração nacional, que buscavam evidenciar o esforço do governo na garantia de bem-estar. Assim, apontaremos como esta promessa modernizadora alcançou o investimento nas produções, que passaram a utilizar cores e técnicas modernas de filmagem. Ademais, a participação civil se mostrou em peso dentro do quadro funcional da instituição, através de grandes nomes do campo jornalístico e cinematográfico da época.

Um dos padrões mais utilizados por esta fonte era alternância de notícias, por exemplo: uma visita presidencial, encontro com autoridades, exposição de arte e inauguração de obras. Esta estrutura transmite uma ideia de onipotência do regime, que estava a par dos mais diversos eventos cotidianos, oficiais ou não. Além disso, em uma mesma edição, eram frequentes notícias que mostrassem o chefe do governo em diferentes regiões, o que, segundo especialistas, buscava implementar um sentimento de onipresença do chefe da Nação. Logo, partimos para a análise de quatro edições dos cinejornais que trazem em sua narrativa estas temáticas. Ressaltamos que, tratando-se de um recorte da

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

pesquisa, nosso intuito é ilustrar como os aspectos teóricos e metodológicos têm sido aplicados. Bem como demonstrar alguns dos ícones identificados como indícios propagandísticos.

O primeiro exemplo consiste na edição n.6, do cinejornal "Informativo". Composto por oito temas diferentes, quatro são dedicadas a ações de Castelo Branco, que aparece visitando os estados de Santa Catarina e Piauí. Em ambas ocasiões, o discurso se compromete com o desenvolvimento, fosse ele material ou imaterial. Narrando a visita à Teresina, o narrador afirma:

Diversas homenagens assinalam a visita do presidente da República à cidade de Teresina, capital do Piauí. O programa de realizações do presidente Castelo Branco no estado do Piauí foi particularmente ativo (...). Disse (...) que dificilmente o exercício de seu mandato poderia proporcionar-lhe uma oportunidade mais grata que aquela quando contribui para modificar o aspecto econômico da região (INFORMATIVO, n.6, 1965).

Além do viés econômico, também era costume da Agência Nacional exaltar as recepções calorosas de populares dedicadas aos presidentes, sempre enquadrando o grande número de pessoas que carregavam faixas e entregavam presentes às autoridades. Novamente, não havia resquícios de qualquer manifestação contrária. Ademais, a ênfase às belezas naturais e arquitetônicas das diversas localidades representadas eram sempre ressaltadas <sup>4</sup>. Assim como a presença de estudantes uniformizados, associados ao nacionalismo e ao futuro grandioso que era prometido. Estas imagens se baseavam no imaginário social estabelecido e difundiam seus modelos de comportamento às novas gerações. Assim, de acordo com Wagner Pereira: "Valendo-se de ideias e conceitos, a propaganda os transforma em imagens, símbolos, mitos e utopias que são transmitidos pela mídia" (PEREIRA, 2003, p.102).

O aspecto quantitativo das produções dos cinejornais da Agência Nacional reflete as afirmações de que o investimento não ocorreu de maneira uniforme. Costa e Silva, por exemplo, teve um número extremamente superior ao seu antecessor, o que ocorre também em relação a Geisel e Médici, que veremos mais adiante. Logo, apesar de manter o mesmo eixo discursivo, há um maior esforço em divulgar as ações governamentais em certas conjunturas. Por outro lado, o regime já se encontrava em processo de acirramento, especialmente após 1968. Assim, percebemos que se instaurou uma dupla ação, típica da postura em relação à propaganda, mascarar as condutas de repressão e, ao mesmo tempo, superar a impopularidade enaltecendo os avanços declarados:

Em qualquer regime, a propaganda é estratégica para o exercício do poder, mas adquire uma força muito maior naqueles em que o Estado, graças à censura ou monopólio dos meios de comunicação, exerce rigoroso controle sobre o conteúdo das mensagens, procurando bloquear toda atividade espontânea ou contrária à ideologia oficial (PEREIRA, 2003, p.102).

Portanto, uma das edições mais ilustrativas desta conjuntura aborda a instalação do governo no estado do Paraná, em 1969. A narrativa, em consonância com a iconografia, buscava ressaltar o esforço contínuo do governo em modernizar os mais diversos setores. Neste caso, três grandes temas compuseram o número 134 do cinejornal Informativo. Primeiramente, a questão da educação aliada ao nacionalismo, representada por uma fila de estudantes que saúdam Costa e Silva acenando bandeirinhas do Brasil e vestindo uniformes escolares. Em segundo lugar, a integração nacional, que se estabelece neste período como uma das principais bandeiras do regime, é apresentada como uma das pautas a serem tratadas na visita

<sup>4</sup> Estas afirmações são algumas das considerações que já concebemos a partir do estudo do corpus documental em sua totalidade. Logo, não são particularidade desta edição ou das outras aqui citadas.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALIS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Finalmente, o desenvolvimento de áreas rurais também é lembrado pela notícia, sendo determinado como uma das bases econômicas do país.

Neste caso é ainda mais evidente o esforço em consolidar uma imagem que representasse a onipresença do governo, tentando responder às demandas. Contudo, apesar do discurso manter este padrão narrativo, a postura presidencial começa a demonstrar transformações, havendo um contato maior do presidente com a população civil. Ainda que não ocorra interação direta, a ideia transmitida remete a uma base de apoiadores, exaltada continuamente pelos enquadramentos e pelo narrador: "O presidente Costa e Silva chega a Curitiba cercado de grandes manifestações populares (...). Da sacada saúda a grande multidão que o foi receber. (...) essa dinâmica administrativa tem acelerado ritmo do desenvolvimento" (INFORMATIVO, n.134, 1969). Indubitavelmente, o Executivo tinha consciência de que seria inviável manter o regime sem uma sólida propaganda que disseminasse sentimentos de união e esperança nacional. Assim, tenta demonstrar nas telas que havia aprovação e naturalizava as decisões do regime.

As mudanças implementadas na Agência Nacional com o emergir dos anos 1970 são muitas. A recepção ao cinejornalismo já se apresentava defasada com a ascensão dos telejornais. Entretanto, a ditadura insistiu na produção de sua autoimagem através da Agência Nacional e de outros órgãos. Em síntese, há duas transformações primárias que se instituem. A primeira, a nível técnico e estético, corresponde a uma extensão do projeto modernizador para as telas. Denominados, então, como revistas eletrônicas, tentou-se romper com os padrões históricos desta fonte.

Na prática, o resultado não durou muito. Apesar de ser o primeiro país a implementar o uso de cores neste tipo de produção, o conteúdo seguiu o mesmo. Por outro lado, todo este projeto ocorreu durante o governo Médici, período de maior violência do Estado. Um claro indicativo das tentativas de mascarar a repressão. Ademais, a Copa do Mundo de 1970 propiciou um cenário ainda mais fecundo a ser explorado pela propaganda.

Em relação a esta alta no investimento cinematográfico por parte do Estado, Jean-Claude Bernardet (1979) pondera sobre as motivações. Afinal, levando em conta a opinião pública em relação aos filmes de propaganda estatal e o aumento do acesso a outras formas de meios de comunicação, não faria sentido uma injeção de capital sem garantias de efetividade. Assim, o autor afirma que:

Deve tentar-se entender a atuação cinematográfica deste governo no quadro geral de sua política cultural. Houve um esforço por parte dos militares no sentido de fortalecer os mecanismos capazes de criar uma hegemonia ideológica cultural, não só nos setores populares (...) (BERNARDET, 1979, p.64).

No âmbito cultural, Marilena Chauí propõe uma reflexão sobre as comemorações da conquista do tricampeonato mundial. Segundo a autora a forma de celebração se transformou ao som das músicas, dos símbolos e, principalmente dos atores. Não se cantava mais um samba, como em 1958, mas se entoava uma marcha que empurrava "pra frente Brasil". Reflexo explícito da cultura popular que incorporava as novas tradições do regime. Chauí ainda atenta para o ponto central desta nova dinâmica marcada pelo que conceitua de verde-amarelismo: "A bandeira brasileira fez sua aparição hegemônica nas festividades de 1970, quando a vitória foi identificada com a ação do Estado e se transformou em festa cívica" (CHAUÍ, 2013, p.169).

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Não seria a primeira ocorrência de símbolos nacionais serem adotados por governos. Porém, o uso da bandeira associada à imagem da ditadura foi uma constante nos cinejornais, principalmente quando estes passaram a ser coloridos. Na primeira edição do "Brasil Hoje", novo cine-noticiário da Agência Nacional já é evidente a exploração de visualidades que remetesse ao nacionalismo. Ao mesmo tempo, deixa claro no próprio título que não haveria espaço para discussões ufanistas, mas sim para a articulação entre os projetos presentes e os resultados futuros. Sob presidência de Emílio Médici, a edição número um informa o público a respeito do cotidiano na ditadura: festas populares, paisagens naturais e inaugurações.

Em uma das notícias o presidente, acompanhado da primeira dama e outras autoridades, inaugura o Parque dos Guararapes, em Pernambuco. A recepção é festiva, e um espetáculo é montado. Diferente dos antecessores, a impressão do espectador é de que a população estaria mais próxima de Médici, cercado por estudantes. Há flâmulas nacionais e estaduais, fumaça colorida e uma bandeira do Brasil que sobrevoa a paisagem carregada por balões. Segundo o narrador: "Sobrevoando o parque, levada por balões coloridos, a bandeira do Brasil é sempre um símbolo de paz, de ordem e de progresso." (BRASIL HOJE, n.1, 1970). Contemporâneo à institucionalização do milagre econômico, tentava se consolidar uma memória que incorporasse este discurso.

Finalmente, na presidência de Ernesto Geisel, o investimento nos cinejornais atinge seu ápice. Ao mesmo tempo o regime convivia com uma dupla crise, política e econômica, abalada pela crise do petróleo de 1973. Por conseguinte, este foi o último governo que manteve a Agência Nacional, fechada em 1979.

Lembrado pela promessa de uma abertura política lenta, gradual e segura, além da proposta da Lei de Anistia, era de se esperar que tais medidas ganhassem destaque na propaganda. Entretanto, não foi o que aconteceu. O Executivo seguiu seu padrão que privilegiava o que lhe fosse favorável. Assim, ambos os temas, considerados polêmicos, foram silenciados. Em contrapartida, o combate à recessão ganhou proeminência.

Portanto, uma ênfase na construção da Usina Hidroelétrica de Itaipu, em acordo binacional com o Paraguai, foi acentuada. Ao todo, cinco ocasiões registraram encontros de Geisel com Alfredo Stroessner, a fim de discutir as negociações da obra 5. Neste caso, além de ser considerada mais uma expressão de desenvolvimento nacional na busca por modernização, foi definida como a maior obra da época em questões de estrutura e produção. Realizada em parceria com outro governo ditatorial, consistiu em uma das construções faraônicas, que auxiliaram nas imagens positivas da época. Além disso, tornou-se mais um pressuposto para os argumentos de que o Brasil se tornava uma potência ocidental. A edição número 255, do "Brasil Hoje" é uma das maiores representações visuais destas afirmações. O encontro dos presidentes na Ponte da Amizade, fronteira entre os dois países, registrou uma chocante iconografia da implosão das barragens. As imagens aéreas compõem uma representação visual muito impactante em relação às outras edições, ainda mais se tratando de uma produção estatal, que costumava ser defasada. Nelas, o espectador tem a impressão de estar presenciando a força das águas. Enquanto isso o narrador descreve:

5 A respeito deste tema, ver: FREITAS, Isadora Dutra de. "A política Externa do Governo Geisel: o pragmatismo responsável através dos cinejornais Brasil Hoje". In: MAIA, Tatyana de Amaral. "Imagens e propaganda política na ditadura civil-militar (1964-1979): tópicos de pesquisa". Jundiaí: Paco Editorial, 2018. pp. 89-115.



## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Momentos solenes precedem o desvio do rio, um acontecimento marcante na construção do maior empreendimento hidroelétrico do mundo, onde a engenharia brasileira vem superando imensos desafios. Enquanto o presidente Geisel afirma que a Itaipu é uma garantia de progresso para Brasil e Paraguai, Stroessner assegura que a grande obra dá a ressonância e amizade que une os dois povos (BRASIL HOJE, n.255, 1978).

Assim, percebe-se que os cinejornais produziram imagens variadas da ditadura civil-militar, mas que estabeleceram padrões de continuidade, baseados nas diretrizes do regime e em modelos anteriores, consolidados no século XX. Por isso, mesmo que pareçam exemplos desconectados, há um plano de fundo comum aos quatro, marcada pela divulgação de aspectos otimistas e de união entre civis e militares:

A ditadura, desde o golpe de Estado de 1964 deu a si mesma três tarefas: a integração nacional (a consolidação da nação contra sua fragmentação e dispersão em interesses regionais), a segurança nacional (contra o inimigo interno e externo, isto é, a ação repressiva do Estado na luta de classes e na ação contrarrevolucionária) e o desenvolvimento nacional (nos moldes das nações democráticas ocidentais cristãs, isto é, capitalistas) (CHAUI, 2013, p.179).

No entanto, nos últimos anos do governo Geisel, este discurso não era mais suficiente para sustentar as bases de apoio. A crise política e econômica já havia se instalado e as promessas de abertura e anistia já estavam em pauta. Os revérberos na agência se mostram com o encerramento neste governo, ainda que Geisel tenha sido o maior investidor dos cinejornais entre os presidentes militares. Em 19 de setembro de 1979, a partir do decreto de lei n. 83.993, a Agência Nacional é transformada em Empresa Brasileira de Notícias.

**Considerações Finais:**

A ditadura brasileira investiu em um arcabouço propagandístico efetivo, que buscou produzir representações positivas e consolidar memórias favoráveis. Dedicando-se a divulgar os principais elementos da agenda oficial, esta cultura visual incorporou o discurso hegemônico articulado com os imaginários sociais mais significativos da nossa história. Através de estratégias que desvinculassem seu discurso propagandístico de regimes personalistas ou de caráter totalitário, estabeleceram métodos de narrativa aparentemente apolíticos. Fosse pelas temáticas ou pelas formas de representação do governo, mantinham um caráter indireto por meio dos cinejornais e documentários:

Ao contrário da propaganda nazista, que visava a mobilizar os espectadores, as campanhas oficiais do regime militar brasileiro tinham um caráter desmobilizador e aparentemente apolítico. Fingiam que o Brasil estava vivendo uma época de harmonia, sem conflitos sociais nem preocupações (SCHNEIDER, 2017, p.330).

Na busca por legitimidade e apoio popular, incorporou os principais eixos da utopia autoritária na constituição da sua autoimagem. Nos casos analisados neste artigo percebemos que a base argumentativa era calcada na busca por modernização autoritária, defesa dos ideais nacionalistas e desenvolvimento econômico e social. Para isso, o investimento na Agência Nacional se tornou cada vez mais contundente, principalmente nos períodos de maior crise institucional. Entretanto, considerando a influência ideológica direta que incide nestas produções, cabe problematizar como ela era vista pela opinião pública e pelos críticos de cinema. Deste modo, outra etapa da pesquisa que se encontra em desenvolvimento é a análise de colonistas da imprensa carioca que debatem a permanência do cinejornalismo no Brasil.

## A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Além disso, considerando as influências mútuas entre as ditaduras do Cone-Sul, nota-se aproximações nas ferramentas de comunicação e tentativas de convencimento. Logo, Cora Gamarnik atenta para os intercâmbios linguísticos e imagéticos que marcaram a propaganda na Argentina, Chile e Uruguai: "(...) se plantea utilizar formas sencillas, lenguaje directo que 'fácilmente llegue a la masa', 'frases cortas e ideas claras', e imágenes simples y repetidas" (GAMARNIK, 2011, p.2). Ademais, podemos considerar as violações dos direitos humanos e práticas de terrorismo de Estado como práticas recorrentes e silenciadas pelos Estados autoritários.

Finalmente, pensando na importância da relação entre a utopia autoritária e a reinvenção do otimismo, propomos uma reflexão temporal nas categorias de Koselleck. Percebemos que no caso brasileiro há uma prática constante de ressignificação do passado a fim de justificar os projetos e expectativas futuras. Esta afirmação no período da ditadura, fica claro nas palavras de Fico a respeito do otimismo político. Sem se comprometer com uma mentalidade ufanista, o regime resgatou potencialidades já conhecidas para legitimar suas propostas. Segundo o autor, estas ações: "(...) sempre retornam em fases de alguma estabilidade econômica e/ou política - justamente porque não são simples instrumentalizações ideológicas, e sim porque se fundam num imaginário secular que não é de todo imotivado nem desconectado do 'poder efetivo'" (FICO, 1997, p.77). Portanto, os resultados são diferentes regimes de memória que ao se enquadrarem entram em conflito a nível social e político.

## Referências:

- ALVES, Pedro. Da Expressão ao Conhecimento: Implicações entre o Cinema e a Realidade. In: MAIA, Tatyana. *Imagens e Propaganda Política na Ditadura Civil-Militar (1964-1979): Tópicos de Pesquisa*. Paco: Jundiá, 2018. p.11-21
- BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema Brasileiro: Propostas para uma História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- BRASIL. Agência Nacional. *Brasil Hoje*. n.1, 1970. Disponível em: <http://www.zappiens.br:80/videos/cgifxv0W8uQLwOqQ4KLjJO40-APg2DnqI00WnRI-WWhpSg.FLV>. Acesso em 12/08/2019.
- BRASIL. Agência Nacional. *Brasil Hoje*. n.255, 1978. Disponível em: [http://www.zappiens.br:80/videos/cgisjppYG\\_ZC3fiLSYgGA2xem54IrQ37PQktgvMBJUK3DQ.FLV](http://www.zappiens.br:80/videos/cgisjppYG_ZC3fiLSYgGA2xem54IrQ37PQktgvMBJUK3DQ.FLV). Acesso em 12/08/2019.
- BRASIL. Agência Nacional. *Informativo*. n.6, 1965. Disponível em: [http://www.zappiens.br:80/videos/cgioMBTkge6zD4nooyz9PZOoQy3ah50UNd7tXJE\\_nPtDeM.FLV](http://www.zappiens.br:80/videos/cgioMBTkge6zD4nooyz9PZOoQy3ah50UNd7tXJE_nPtDeM.FLV). Acesso em 12/08/2019.
- BRASIL. Agência Nacional. *Informativo*. n.134, 1969. Disponível em: <http://www.zappiens.br:80/videos/cgiJq1HO4VTUCO5D2Ns3QF1gT6G6AeDFqPMX8Xtlem5jOk.FLV>. Acesso em 12/08/2019.
- BRASIL. Lei nº 166, de 14 de fevereiro de 1967. Brasília: Presidência da República, 1967. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1960-1969/decreto-lei-166-14-fevereiro-1967-375805-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso 12/08/2019.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em Cena: propaganda política no Vargasismo e no Peronismo*. Campinas: Papirus, 1998.
- CASTRO, Clarissa Costa Mainardi Miguel. *O Governo Democrático de Getúlio Vargas através dos Cinejornais*. 2013. 179 f. Dissertação (Mestrado em História Social) - Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2013.
- CHAUÍ, Marilena. *Manifestações ideológicas do autoritarismo brasileiro*. Organizador: André Rocha. Belo Horizonte: Autêntica Editora; São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.
- FICO, Carlos. *Reinventando o Otimismo: Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 1997, p.73-87.

A DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA NAS TELAS: OS CINEJORNALS DA  
AGÊNCIA NACIONAL E A PROPAGANDA POLÍTICA OFICIAL

ISADORA DUTRA DE FREITAS

Isadora Dutra de Freitas

PPGH - PUCRS

isadora.freitas@edu.pucrs.br

FREITAS, Isadora Dutra de. A política Externa do Governo Geisel: o pragmatismo responsável através dos cinejornais Brasil Hoje. In: MAIA, Tatyana de Amaral. *Imagens e propaganda política na ditadura civil-militar (1964-1979): tópicos de pesquisa*. Jundiaí: Paco Editorial, 2018. pp. 89-115.

GAMARNIK, Cora. *Fotografía y dictaduras: estrategias comparadas entre Chile, Uruguay y Argentina*. Disponível em:  
[https://www.academia.edu/5312536/Fotograf%C3%ADa\\_y\\_Dictaduras\\_estrategias\\_comparadas\\_entre\\_Chile\\_Uruguay\\_y\\_Argentina](https://www.academia.edu/5312536/Fotograf%C3%ADa_y_Dictaduras_estrategias_comparadas_entre_Chile_Uruguay_y_Argentina). Acesso em 12/08/2019.

GELLATELY, Robert. *Apoiando Hitler: Consentimento e coerção na Alemanha Nazista*. Rio de Janeiro: Record, 2011.

GOMES, Renata Vellozo. *Cotidiano e cultura no Rio de Janeiro na década de 1950: os cinejornais da Agência Nacional*. *Arte & Ensaios*, Rio de Janeiro, n.15, p.40-45. PPGAV/EBA, UFRJ, 2007.

HOBBSBWM, Eric. *A Invenção das Tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado: Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2006.

MAIA, Paulo Roberto de Azevedo. *A historiografia do cinejornalismo no Brasil*. *Revista Labirinto*, Porto Velho-RO, Ano XV, Vol. 22, p. 311-322, 2015. ISSN: 1519-6674.

MAIA, Tatyana de Amaral. *A Imagem Pública da Ditadura Civil-Militar nas lentes dos Cinejornais da Agência Nacional*. In: MAIA, Tatyana. *Imagens e Propaganda Política na Ditadura Civil-Militar (1964-1979): Tópicos de Pesquisa*. Paco: Jundiaí, 2018. p.23-39.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. *Cinema e Propaganda Política no Fascismo, Nazismo, Salazarismo e Franquismo*. *História: Questões e Debates*, Curitiba, n.38, p.101-131, 2003. Editor UFPR.

SCHNEIDER, Nina. *Propaganda ditatorial e invasão do cotidiano: a ditadura militar em perspectiva comparada*. *Estudos Ibero-Americanos*, Porto Alegre, v.43, n.2, p. 333-345, maio-ago. 2017.

SILVEIRA, Mariana Monteiro da. *O governo Médici pelas lentes da Agência Nacional (1971-1974)*. 2015. 146 f. *Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense*, Rio de Janeiro, 2015.

SIMIS, Anita. *Estado e Cinema no Brasil*. São Paulo: ANNABLUME, 1996.

SOUZA, Inácio de Melo. *Trabalhando com cinejornais: relato de uma experiência*. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n.38, p.43-62, 2003. Editora UFPR.