

## O IPES/IBAD, a AERP e a propaganda durante os anos 1961-1974

David A. Castro Netto<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo fazer uma comparação entre dois momentos distintos da História do Brasil, os anos de instabilidade que vão de 1961-1963 e os anos do “milagre brasileiro”, 1969- 1974. O alvo de nossa comparação é a propaganda e de que maneiras ela influencia o poder do Estado, num primeiro momento, a propaganda através do complexo IPÊS/IBAD, fazendo criar na sociedade brasileira um clima de necessidade de tomada de poder como sendo a única saída para a manutenção das instituições democráticas. E num segundo momento, a propaganda via AERP, com o intuito de dar sustentação e legitimidade para os governos militares, com objetivos claros, criar um consenso e a sensação de ingresso no primeiro mundo. Nossa pesquisa tenta se enquadrar na perspectiva de disputa de hegemonia, como no caso dos anos pré-golpe militar e depois os anos de manutenção e fortalecimento da nova hegemonia construída. Ainda, inscrevemos nosso trabalho, no campo da História Comparada, que traz um aporte metodológico harmônico com os nossos objetivos.

**Palavras-Chave:** IPÊS/IBAD, AERP, Propaganda

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo hacer una comparación entre dos momentos distintos de la História de Brasil, los años de inestabilidad que van desde los años 1961-1963 hasta los años del “milagro brasileño” - 1969-1974. El propósito de nuestra comparación es mostrar, en un primer momento, como la propaganda, hecha por medio del complejo IPÊS/IBAD, ejerce influencia en el poder del Estado, creando una sociedad con aires de necesidad de lucha por el poder como siendo el único modo

<sup>1</sup> Universidade Federal Do Mato Grosso do Sul, mestre pelo Programa de Pós Graduação da Universidade Estadual de Maringá (Linha de Pesquisa: Política e Movimentos Sociais). E-mail: davidufms@gmail.com.

de mantener las instituciones democráticas. En un segundo momento, la propaganda hecha por medio de la AERP, con intención de dar sustentación y legitimidad a los gobiernos militares, con claros propósitos de crear un consenso y la sensación de pertenecimiento en el Primer Mundo. Nuestra investigación intenta ajustarse en la perspectiva de conflicto de hegemonía, como en el caso de los años antes del golpe militar y después los años de mantenimiento y fortalecimiento de la nueva hegemonía. Además, inscribimos nuestro trabajo, en el campo de la História Comparada, que trae un aporte metodológico armónico con nuestros objetivos.

**Palabras Claves:** IPÊS/IBAD, AERP, Propaganda

### **Introdução**

Nosso objetivo é analisar como a propaganda, em um determinado momento, desestabiliza o Estado e como pode auxiliá-lo a obter legitimidade, em outro. Para cumprir tal objetivo, nossa análise será pautada pela utilização do método da História Comparada.

Após uma apresentação desta modalidade de prática historiográfica, será feita uma comparação entre a propaganda utilizada pelos militares, via AERP, e a propaganda exercida pelo IPÊS/IBAD, no contexto pré-golpe.

Os usos dos métodos presentes dentro desse modelo têm uma função importante na medida em que ajuda a superar os modelos tradicionais de se construir a História, sobretudo aglutinando novos olhares ao trabalho do historiador.

O uso da comparação cresceu logo após a segunda guerra mundial, como maneira de afastar o olhar eurocêntrico, marca da historiografia antes das duas guerras. Outro ponto importante é oferecer uma resposta aos nacionalismos exacerbados, já que essa maneira de fazer História, obrigatoriamente, necessita de dois, ou mais, pontos de partida para que se possam estabelecer comparações frutíferas.

A História Comparada trabalha com fenômenos diferentes, porém, com um horizonte de ajuda entre ambos. A ideia central é fazer com que esses fenômenos iluminem uns aos outros e buscar nesses contrapontos diferenças, rupturas, sequências e origens.

Segundo BARROS (2007) a tipologia de História Comparada traçada por Charles Tilly, especialista em sociologia histórica, traz grandes evoluções para os estudos nesse campo, porque contribui para ampliar o conhecimento do historiador, ao observar e aproximar realidades históricas diferentes.

O autor traça quatro tipologias para a comparação: A *Individualizadora*, que busca encontrar as singularidades em cada caso, a *diferenciadora*, cujo objetivo é parecido ao da anterior, mas tem em mente a busca de diferenças em cada caso, a abordagem *universalizadora*, que tem como intuito encontrar partes comuns em todos os casos estudados e, por fim, a abordagem *globalizadora* que busca a construção de sistemas gerais comuns a todas as sociedades.

Embora o uso da História comparada forneça novos elementos para o historiador, são necessários alguns cuidados durante o percurso da pesquisa (THEML e BUSTAMANTE, 2003), o principal deles: a chamada “ilusão sincrônica” (BARROS, 2007), onde tem-se a ilusão de construção de sociedades estáticas e imobilizadas no tempo e no espaço, esquecendo-se do dinamismo próprio de seu tempo.

A História Comparada, embora nos últimos anos tenha crescido dentro dos programas de pós-graduação, teve uma trajetória mais lenta do que a dos programas mais “tradicionais”, porém agora ganha fôlego cada vez maior para quem busca um conhecimento plural, desvinculado de paradigmas eurocêntricos e com um horizonte maior de resultados.

Feito essa sumária apresentação iremos a parte prática de nosso artigo.

### **O complexo IPES/IBAD e a propaganda contra João Goulart**

O IPES (Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais) tinha uma larga estrutura patrocinada pelas elites brasileiras, passando pelos círculos industriais até os latifundiários, com sedes no Rio de Janeiro e São Paulo. Embora o IPES atuasse em várias “instâncias”, sua função principal era elaborar propostas para a resolução da crise econômica instalada no início dos anos 1960.

O IBAD (Instituto Brasileiro de Ação Democrática), declaradamente uma organização anticomunista, segundo DREIFUSS (1981), era quem divulgava para a sociedade as alternativas propostas pelo IPES de diversas maneiras, tais como, palestras, seminários e propaganda anticomunista.

O complexo IPES/IBAD tinha subseções que atuavam diretamente na construção de uma opinião pública favorável aos seus princípios, destacamos aqui o *GOP* (Grupo de Opinião Pública).

Viabilizados por essas subseções, um bombardeio político-ideológico foi disparado na sociedade contra o poder Executivo durante os anos de 1961- 1964, através da imprensa escrita, radiofônica e audiovisual.

A ideia era a construção de um “clima” propício para que uma intervenção militar se fizesse necessária para assegurar a soberania nacional (contra o comunismo soviético), manutenção das instituições do país e que contasse com o apoio da sociedade, sobretudo da classe média.

Nos setores militares, as propagandas tinham um tom específico. A mudança em direção a uma república trabalhista iria destruir a hierarquia militar e, em seguida, as próprias instituições da nação rumo ao regime comunista.

A agência de publicidade ligada ao complexo IPES/IBAD, a Promotion S/A, patrocinou vários programas veiculados na TV e

retransmitidos por várias estações radiofônicas, somando um total de 140 milhões de cruzeiros a quantia total gasta com propaganda.

Outro grande aliado era a ABA (Associação Brasileira de Anunciantes), fundada em 1959 pelos treze principais anunciantes<sup>2</sup>, com a função de proteger seus membros e discutir assuntos relacionados à publicidade e à promoção de vendas. Todos os treze membros, e seus futuros participantes, eram contribuintes diretos do IPES e seus diretores ocupavam cargos executivos no grupo.

De maneira mais específica, trataremos agora dos filmes/propagandas do complexo IPES/IBAD.

O catálogo disponível para acesso lista um total de 15 filmes<sup>3</sup>. Esses filmes/propagandas tinham um grande alcance na população, tendo em vista o aparato logístico disponível para sua execução, feita nos mais variados lugares: em cinemas, “cinemas volantes” e dentro dos quartéis.

Segundo ASSIS (2001), a principal função dessas propagandas era desestabilizar o governo Goulart, sobretudo entre os militares. É notável que alguns filmes tinham o intuito de motivar a população para ir as ruas protestar contra o Presidente e até manifestar apoio em sua derrubada.

No filme “O Brasil precisa de você”, por exemplo, existe um claro chamamento da população para a união contra os subversivos, comunistas e agitadores em defesa da democracia como causa maior. Nesse filme são colocadas lado a lado figuras que eram ideologicamente opostas, como Hitler e Mussolini.

Outras categorias de filmes foram feitos diretamente para classes de trabalhadores específicos: “História de um maquinista”, “A vida

---

<sup>2</sup> Para a lista completa ver René Armand Dreyfuss: 1964: Conquista do Estado: Ação política, poder e golpe de classe. Petrópolis: Vozes, 1981, p. 249.

<sup>3</sup> Todos os filmes citados neste artigo estão presentes no “Catálogo de filme do fundo IPÊS” no Arquivo Nacional, localizado no Rio de Janeiro, Ano: 2000.

marítima” e “Portos paralíticos”, esses filmes mesclam um ataque às condições de trabalho da época, com portos depreciados e a defesa de melhores salários por parte do sindicato das categorias.

Para um ataque mais direto ao governo visto com tendências comunistas, o Instituto lançou alguns filmes que instigam a população a lutar pela manutenção da democracia, apoiada em bases liberais e ligadas ao capital estrangeiro. São eles: “Depende de mim”, “A boa empresa”, “Uma economia estrangulada”, “Criando homens livres”.

Nessa seção de filmes é notório o incentivo para que a população saísse as ruas, com cenas construídas a partir de várias categorias de trabalhadores, como no filme “Depende de mim”, focalizando o voto como arma para a defesa da legalidade e das tradições cristãs. Cabe dizer ainda, que toda a narrativa é permeada por imagens da invasão da Hungria pela URSS.

Outros dois filmes, “A boa empresa” e “Uma economia estrangulada”, mostram a igreja como intermediária entre patrões e empregados, esta sendo uma solução para a manutenção dos valores morais cristãos e um aumento na produtividade, ainda é possível notar um apelo a modernização das frotas marítimas e uma maior racionalização da economia brasileira.

Os últimos dois filmes, “O Ipês é o seguinte” e “O que é o Ipês”, são de caráter mais “informativo” e têm o objetivo de mostrar a população a função do instituto: a defesa da democracia, organização maior das instituições democráticas, críticas a quantidade exagerada de partidos e a sugestão de propostas para a estabilização da moeda, moralização governamental e a necessidade de ação por meio da mídia.

O complexo IPES/IBAD ainda lançou um filme sobre os estudantes, “Deixem o estudante estudar”, no qual era previsto um maior aumento na qualidade do ensino e nas condições em que ele ocorria para que os estudantes se afastassem das agitações políticas.

Após essa análise sobre a produção do IPES, buscaremos agora entender um pouco sobre as criações da AERP, em um contexto mais avante, do final dos anos 1968 até os anos de 1974, e, por fim, estabelecer algumas comparações.

### **A AERP**

Durante a ditadura militar uma agência pública era responsável pela propaganda pró – governo, a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas) e tinha um caráter diferente dos órgãos de propaganda dos tempos de Getúlio (o DIP) e mais ainda dos tempos do nazismo e do fascismo.

A criação dessa agência não ocorreu de forma linear, existia uma disputa interna no meio militar que poderia ser representada, basicamente, em duas linhas, os moderados e os da “linha dura”. Os militares moderados eram contra a criação do órgão, visto que um órgão de propaganda seria característico de governos ditatoriais, marca esta que os militares não queriam. A “linha dura” tinha como argumento a necessidade de mostrar a população os resultados do governo.

Segundo FICO (1997), os militares da “linha – dura” venceram a disputa, e em 15 de novembro de 1968 foi criada a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas), chefiada pelo coronel Hernani D’Aguiar e com a responsabilidade de divulgar as ações governamentais.

Nos primeiros anos, a AERP procurou fatos que motivassem o “povo” (elementos como amor a pátria, coesão nacional, amor a família, foram utilizados para, segundo os diretores “motivar a vontade coletiva em prol do Brasil”) sugerindo, por exemplo: “a criação de um calendário anual do Executivo, assinalando fatos que pudessem provocar interesse público com ampla divulgação da mídia”. (FICO 1997, p. 93).

Em Outubro de 1969, assume a chefia da AERP o Coronel Octávio Costa. Naquele momento ocorreu uma verdadeira profissionalização das produções e dos profissionais envolvidos, para alguns analistas como CAPARELLI (1982) as realizações da AERP inauguram a mais ampla propaganda de governo que já havia existido no Brasil.

A construção dessa nova rede de comunicação social, como era chamada pelo general Presidente Costa e Silva, passava necessariamente pela nova chefia, a do Coronel Octávio Costa.

Octávio Costa não compôs o perfil clássico dos oficiais militares do período. Para LIMA (1997), ele acreditava nos princípios que nortearam o movimento de 1964, ligado ao grupo moderado, era um grande apreciador de literatura, com uma excelente escrita além de uma grande habilidade para discursar, entendia que as campanhas e contestações contra o regime deveriam ser respondidas com campanhas que motivassem o sentimento de amor, participação e consciência patriótica.

Um livro que reúne uma coletânea de artigos do coronel é lançado com o título “Mundo sem Hemisférios”. Dentro desses ensaios é possível encontrar um artigo que mostra bem o espírito que o coronel levava para a AERP:

Minha pátria não é a ditadura fascista, nem a ditadura comunista, não é o militarismo, nem o caudilhismo, nem o cesarismo. Minha pátria é essa democracia plantada mais no coração dos homens que nas estufas políticas. É esse jeito de ser, essa vocação irreprimível de liberdade.<sup>4</sup>

Podemos ainda salientar que o sucesso da segunda fase da AERP ia ao encontro da cena econômica que o Brasil viveu a partir de 1969. O “milagre-brasileiro” estava em marcha, além da conquista do tri-campeonato mundial, em 1970, a expansão do crédito privado acelera a dispersão da televisão e ampliava o impacto na população da propaganda do governo.

<sup>4</sup> COSTA, Octávio, “Mundo sem hemisférios”. Apud LIMA, 1998, p.86.



Naquele momento, existia um clima de euforia e de otimismo pairando sobre a nação e a AERP soube explorar e canalizar este clima para suas produções, intensificando campanhas publicitárias que incentivavam o civilismo, o nacionalismo e os “bons costumes”.

Assim, os novos princípios que norteariam o trabalho da AERP, segundo FICO (1997), passavam por criar bases para uma leitura do país, permeada de otimismo com relação aos rumos econômicos do Brasil em contraposição ao pessimismo dos opositores do regime.

As campanhas da AERP mostram essas metas, segundo LIMA (1997), podemos dividir sua produção em cinco grupos: a) apelo sentimental; b) exaltação da união; c) valorização; d) campanhas educativas; e) comemorativos de 1964.

Os filmes ligados ao apelo sentimental mostram uma clara exploração de temas que suscitem o amor nas pessoas, a fraternidade e a solidariedade. O grupo de filmes, denominados aqui como exaltação da união, induzem a necessidade de somar esforços para a união da família, da nação, integração e comunitarismo. Na gama de filmes que compõem a valorização nota-se um grande apelo para o sentimento nacionalista com campanhas que incitam a valorização do Brasil, participação política, patrimônio nacional. O quarto grupo pode ser entendido como uma forma dos militares ensinarem a população de que maneira usar os serviços públicos e da normatização de comportamentos gerais. O último grupo de filmes tinha um caráter de propaganda política “mais tradicional”, já que apenas exaltava os “efeitos positivos” do movimento de 1964, como a construção das grandes obras e o crescimento econômico acelerado.

As campanhas da AERP fizeram muito sucesso nesse período, favorecida pelo clima econômico e pelo otimismo que reinava no Brasil, a assessoria teve a capacidade de canalizar toda essa euforia em favor do governo, com propagandas de excelente qualidade

e de muito bom gosto que até mesmo as agências de publicidade comerciais estavam modelando seus anúncios no mesmo tom para que pudessem ser mais bem vistos na sociedade.

### **Conclusão**

Feito essas ponderações podemos passar a algumas conclusões. Comentaremos primeiro algumas diferenças, em seguida, alguns pontos em comum entre o IPÊS/IBAD e a AERP.

Os dois tipos de propagandas escolhidos para comparação apresentam algumas diferenças importantes: as propagandas do IPÊS, feitas por Jean Mason, tinham um cunho mais agressivo (FICO, 1997), sua função específica era alarmar os diversos setores da sociedade brasileira, com destaque para os militares. As propagandas da AERP, por sua vez, trabalhavam num patamar mais ameno, mais suave, e, talvez, mais subliminar.

Enquanto as propagandas do IPÊS mostravam imagens agressivas, como as de Hitler e Mussolini, além de invasões de exércitos soviéticos, revoluções, procurando gerar angústia na sociedade brasileira, as propagandas da AERP vinham no viés contrário, o da tranquilidade (tida como necessária pelos militares para o bom desenvolvimento da nação), de criar um clima de paz em meio ao contexto do AI-5, com filmes curtos, e geralmente sem identificação.

É necessário ainda comentarmos uma diferença técnica, os filmes do IPÊS não tinham uma duração estabelecida, alguns são de 6 minutos, outros de 1 hora. Nos "*filmetes*" da AERP, a média era de 1 minuto, questão latente é, também, o financiamento, que pelo lado ipêsiano era vasto. Embora a AERP fosse um órgão ligado diretamente ao governo militar, seu orçamento era curto, Octavio Costa, chefe do órgão, não tinha todo aquele apoio logístico de setores do Palácio do Planalto, estes vendo seu trabalho como simplório e desnecessário.

Não podemos perder de vista o cenário político que cerca a produção dessas duas instâncias: no cenário pré-golpe (1961-1963), de extrema agitação das camadas nacionais, se fazia necessário o uso de propaganda agressiva para que a população sentisse um perigo iminente, no caso o comunismo. No segundo contexto, 1968/9 – 1974, embora a situação continuasse crítica, as propagandas da AERP, não queriam inflamar a sociedade, mas sim acalmá-la e até convencê-la de que o futuro do país estava sendo construído.

Outro importante destaque deve ser feito com relação ao direcionamento das propagandas, no caso do IPÊS, as propagandas tinham a ideia de desestabilizar o governo instalado, criando um clima de tensão, para que a sociedade sentisse a necessidade de uma intervenção golpista. A AERP, por outro lado, direcionava as propagandas para um clima de consenso e de euforia com os resultados do “milagre brasileiro” e das conquistas esportivas.

Embora as propagandas escolhidas aparentem apenas diferenças, podemos notar alguns pontos em comum entre elas.

Mesmo existindo em contextos históricos diferentes, as propagandas revelam uma linha básica que, aparentemente, parece ser a mesma, embora explorada de maneiras díspares.

Tanto o IPÊS, como a AERP, sempre utilizaram em suas produções o caráter nacionalista, participativo (Mais imponente no IPÊS e mais restritivo na AERP) e as duas alertavam para o sentimento nacional que a população deveria ter.

O nacionalismo foi um fio condutor presente em todas as duas instâncias de produção de propagandas, claro, no caso do IPÊS, o nacionalismo contra o comunismo, na AERP, o nacionalismo cunhado pelos militares produziu o “milagre” brasileiro e nos levaria ao primeiro mundo.

Outro ponto importante, seus idealizadores fizeram de tudo para que as propagandas circulassem nos meios de informação de maneira intensa, seja por meio de cinemas volantes (IPÊS), ou por meio de acordo com as transmissoras de televisão para a apresentação em horário nobre (AERP).

Em nossa análise, o objetivo foi entender dois momentos diferentes da História do Brasil através da propaganda e mostrar algumas modificações ocorridas na sociedade brasileira.

No decorrer do texto percebemos que existem muitas diferenças importantes entre os dois pontos escolhidos, essa é uma das funções da História Comparada, mostrar diferenças, explicando-as e ampliando o horizonte da pesquisa, mostrando permanências e continuidades.

### Referências

- ALVES, Maria Helena. *Estado e Oposição no Brasil (1964-1984)*. Bauru: Edusc, 2005.
- ASSIS, Denise. *Propaganda e cinema a serviço do golpe, 1962-1964*. São Paulo: Mauad, 2001.
- BARROS, José D' Assunção. *História Comparada: Um novo modo de ver e fazer a História*. IN: Revista Eletrônica de História Comparada. Vol. 1, Nº 1 <[http://www.hcomparada.ifcs.ufrj.br/revistahc/artigos/volume001\\_artigo001.pdf](http://www.hcomparada.ifcs.ufrj.br/revistahc/artigos/volume001_artigo001.pdf)>
- CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982
- DIAS, Reginaldo. *Sob o signo da Revolução Brasileira: A experiência da Ação Popular no Paraná*. Maringá, EDUEM, 2003.
- DREIFUSS, René Armand. **1964: Conquista do Estado: Ação política, poder e golpe de classe**. Petrópolis: Vozes, 1981.
- FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo: Ditadura, propaganda e imaginação social no Brasil*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

LIMA, Odair de Abreu. *A tentação do consenso: O trabalho da AERP e o uso dos meios de comunicação como fontes de legitimação dos governos militares (1964 - 1974)*. 1997. 180 f. Dissertação (Mestrado História Social), PUC-Campinas, Campinas, 1997.

OLIVEIRA, Carlos Fellipe. *IPÊS E IBAD: A crise política da década de 60 e o advento do Golpe Civil-Militar de 1964*. **IN:** Revista Eletrônica de História Comparada Vol. 4 Nº 4 – Dezembro de 2008 <[http://www.hcomparada.ifcs.ufrj.br/revistahc/artigos/volume004\\_artigo005.pdf](http://www.hcomparada.ifcs.ufrj.br/revistahc/artigos/volume004_artigo005.pdf)>

SKIDMORE, Thomas. *Brasil: De Castelo a Tancredo, 1964-1985*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

THEML, Neyde, BUSTAMENTE, Regina Maria da Cunha. *História Comparada: Olhares Plurais*. In: *Estudos Ibero-Americanos*. PUCRS, v.XXIX, n. 2, PP. 7-22, dezembro 2003.