



## INDÚSTRIA CULTURAL E DITADURA MILITAR NO BRASIL DOS ANOS 70

**Jacira Silva de França**

Mestra em Sociologia pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

[jaciracardim@yahoo.com.br](mailto:jaciracardim@yahoo.com.br)



## **Indústria Cultural e Ditadura Militar no Brasil dos anos 70**

Jacira Silva de França

### **Resumo**

Este artigo analisa a relação entre a formação e consolidação de uma indústria cultural no Brasil e o Regime Militar na década de 1970 considerando que, de um lado, a censura esteve presente de forma ostensiva; de outro, os incentivos do governo foram cruciais para o desenvolvimento do sistema comunicacional no País.

**Palavras-chave:** indústria cultural; ditadura militar; censura; capitalismo monopolista; cultura.

A década de 1970 no Brasil foi marcada por investimentos significativos na área das telecomunicações, pela consolidação de grandes grupos como a Rede Globo e a Editora Abril; pelo *boom* da publicidade e pela formação de conglomerados jornalísticos. Processos que já vinham ocorrendo desde meados dos anos de 1960, mas que se consolidam na década posterior configurando assim a chamada indústria cultural. Indústria esta que teve como suporte o contexto político-econômico da ditadura militar e a consolidação do capitalismo monopolista.

Analisar a relação entre indústria cultural e Ditadura Militar requer um ponto de partida. Nos termos de Maria Arminda Arruda, “O ponto de partida a ser tomado é a própria acumulação capitalista [...]” (Arruda, 2004: 36) o que não implica dar preponderância à dimensão econômica, mas sim considerar que este modo de acumulação favorece a formação de grandes blocos econômicos, a diversificação ainda maior de mercadorias e a atuação do Estado e de seus aparatos governamentais.

Assim, é preciso considerar que o golpe militar de 1964 foi acompanhado de uma crise gerada no governo João Goulart (1961-1964), fruto de um dos piores índices de crescimento, inflação recorde e insatisfação com a política do governo. O regime burocrático-militar tinha, então, como desafio inicial a recessão marcada pelo controle da inflação e pela política de “arrocho salarial”<sup>1</sup>. É com a posse do general Costa e Silva (1967–1969) que ganha propulsão o chamado “milagre brasileiro”. A partir de 1968 a recessão cedeu lugar ao chamado “milagre brasileiro” baseado numa política fiscal de incentivos e isenções que beneficiou o capital nacional e a entrada do capital estrangeiro. Assim, o relaxamento do controle monetário, o crédito fácil e o crescimento acelerado promoviam o início de uma cultura de consumo, principalmente de bens duráveis e manufaturados como aparelhos de TV.

E, a partir da idéia de que a cultura era central para difundir e incutir a ideologia do governo, através da bandeira de manter a “segurança nacional”, os governos militares implementaram uma política modernizadora nas telecomunicações. Em 1965 é criada a Embratel (Empresa Brasileira de telecomunicações) e o Brasil associa-se a Intelsat (Sistema Internacional de Satélites); em 1967 foi criado o Ministério das Comunicações. No ano de 1968 surgem as primeiras emissoras de frequência modulada (FM) e é criada a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas) que reforçava a necessidade de propagar ideais ufanistas e nacionalistas e constituía uma maneira de organizar o ataque ideológico do Estado. Em 1969 o país se integra ao sistema mundial de comunicação por satélite e é criada a Embrafilme – empresa estatal que financiava a produção cinematográfica brasileira.

---

<sup>1</sup> O “arrocho salarial” foi uma política de controle na qual o Governo estabelecia os índices de reajustes salariais com base na inflação dos meses anteriores o que gerava um descompasso, pois, os salários estavam sempre abaixo da inflação real. (PAES, 1997: 49).

Instituições como o Conselho Federal de Cultura e o Instituto Nacional do Cinema (INC) foram criados com a finalidade de incentivo e controle da produção cultural do país. Produção que no início da década foi marcada pela chamada contracultura em que a esquerda dominava. Uma espécie de “anomalia”, termo utilizado por Maria Helena Paes (1997: 74), para descrever os meados dos anos 60 nos quais o Brasil vivenciava uma ditadura marcadamente de direita com a hegemonia cultural caracteristicamente de esquerda.

A televisão, que teve grande expansão no pós-64 transformou-se na principal arma ideológica do governo. Mensagens sobre o desenvolvimentismo brasileiro e a necessidade de manter a “segurança nacional” foram repassadas à população através de sua programação e, principalmente, das campanhas publicitárias (propagandas), elementos *sine qua non* do controle ideológico do Estado. Eis o ponto nodal para entender a prioridade do regime na instalação de uma rede de micro-ondas que pudesse integrar todo o território nacional. O próprio governo fazia vistas grossas para parcerias com empresas estrangeiras, a exemplo, do acordo firmado entre a Rede Globo e o grupo americano Time-life que contribuiu e muito para que esta emissora, em 1969, chegasse a dominar a audiência no Brasil (Silva, 1986: 40-41).

Toda esta política de incentivo esteve atrelada à censura que se instaurou no país, principalmente depois do AI-5 (Ato Institucional número 5) em 1968. Em resposta à oposição ao regime, feita pelo movimento estudantil e pela chamada Frente Ampla que reunia vários políticos, dentre eles o ex-presidente João Goulart, um “golpe dentro do golpe” é desferido (Silva, 1986: 31). O AI-5 possibilitou o fechamento do Congresso Nacional e decretou prisões, cassações e a instituição da censura nos meios de comunicação. Notícias sobre presos políticos, greves e crises passaram a ter veiculação proibida. Foi o ponto decisivo para a centralização militar do poder e o estabelecimento da censura efetiva. Desta forma, o Governo militar instaurou um regime ditatorial e repressor, por um lado, e, por outro, contribuiu significativamente para o desenvolvimento de um capitalismo sustentado pela formação dos monopólios, pela diversificação dos bens de produção e por investimentos consideráveis em tecnologia (Arruda, 2004: 40-41), marcas da fase monopolista, tardia e dependente, do capitalismo brasileiro.

O Brasil crescia e a propaganda ajudava a torná-lo ainda maior, para isso foram realizados contratos vultosos com as agências de propaganda. Como ressalta Maria Eduarda Rocha

Protegido pelo Regime Militar, o setor publicitário demarcou melhor as suas fronteiras, racionalizou ainda mais as suas práticas e profissionalizou definitivamente a sua força de trabalho. O contexto deste amadurecimento é bastante conhecido. O investimento publicitário, que saltou de U\$ 200 milhões em 1969 para U\$ 1,5 bilhões em 1979, alimentou-se da chegada das multinacionais e da política de relações públicas do governo. (Rocha, 2004: 35).

O cinema foi um outro ramo importante neste período e a ação do Estado foi mais flagrante. Carlos Eduardo Silva (1986) descreve que, sob o comando da EMBRAFILME – empresa estatal – o cinema brasileiro ganhou impulso considerável. Nos anos 70, o Brasil atinge uma produção média anual de 100 longas-metragens. O ufanismo, os grandes momentos históricos e as adaptações de obras literárias são tratados pelo cinema com fins mercadológicos. O ápice deste processo pode ser expresso pela frase de Gustavo Dahl, que em meados dos anos 70 esteve à frente da EMBRAFILME: “mercado também é cultura” (Kreinz, 1990: 133).

Junto com o incentivo infraestrutural, a censura esteve presente, como já apontado. “No começo dos anos 70 muito se dizia e pouco se comunicava por todo o país” (Festa, 1986). A censura esteve presente em todas as áreas: jornais, revistas, livros, rádio, TV, filmes, peças teatrais, música e ensino. Como foi possível, então, o desenvolvimento massivo da indústria cultural? Renato Ortiz (1991) indica o caminho: a censura não repreendia todo e qualquer produto cultural, além do que sua principal função era impedir a emergência de determinadas ideias, notícias, publicações que estivessem contrárias à lógica ditatorial de difundir ideais de progresso, harmonia e desenvolvimento. É célebre a frase atribuída ao presidente Médici:

Sinto-me feliz, todas as noites quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho. (Reis Júnior, 2003).

O “ato sensor” proibia a veiculação de peças teatrais, filmes, livros, novelas – não o teatro, o cinema, a TV, o mercado editorial. Através de investimentos significativos e da censura, o Estado burocrático-militar soube atrair para si o controle das principais vias de comunicação do país.

## **Considerações Finais**

Analisar os anos de 1970 no Brasil no concernente à consolidação da indústria cultural, implica considerar seu contexto político (regime ditatorial), econômico (capitalismo monopolista) e comunicacional (expansão de informações através dos meios de comunicação).

E, principalmente, levar em conta que, apesar da forte censura, o Estado foi o grande mecenas da cultura nos anos setenta (Miceli, 1984), estabelecendo uma dupla forma de atuação: a primeira, mais direta, refere-se ao incentivo das políticas culturais voltadas às produções da cultura popular e da cultura erudita através de órgãos como o IPHAN (Instituto do Patrimônio Artístico e Histórico Nacional) e a Funarte (Fundação Nacional de Arte, criada em 1975). A segunda, indiretamente, no sentido de propiciar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento da indústria cultural no Brasil.

Isso não implica desconsiderar que também coexistiram com este desenvolvimento da indústria cultural acontecimentos e processos sócio-culturais que deixaram marcas indeléveis na nossa história, a saber, crescimento abissal da desigualdade social e econômica; torturas; repressão e um sistema de mídia muitas vezes vinculado aos interesses do Estado.

## Referências bibliográficas

ARRUDA, Maria Arminda. *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*. 2ª ed. São Paulo, EDUSC, 2004.

CANO, Wilson. *Brasil: o sonho acabou?* In: **Soberania e política econômica na América Latina**. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

FESTA, Regina. *Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa*. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins (orgs.) **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

MICELI, Sérgio. *Teoria e prática da política cultural oficial no Brasil*. In: MICELI, Sérgio (org.) **Estado e Cultura no Brasil**. São Paulo: DIFEL, 1984.

KREINZ, Glória. *Monopólio estatal e empirismo criativo: diferentes trajetórias do mercado televisivo na Espanha e no Brasil*. In: MELO, José Marques (org.) **Comunicação comparada: Brasil/Espanha**. São Paulo: Loyola, 1990.

PAES, Maria Helena Simões. *A década de 60: rebeldia, contestação e repressão política*. 4ª ed. São Paulo: Ática, Série Princípios, 1997.

ORTIZ, Renato. *A Escola de Frankfurt e a questão da cultura*. In: **Revista Brasileira de Ciências sociais**, v.1, nº1, São Paulo, 1986.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 3ª ed. São Paulo, Brasiliense, 1991.

REIS JÚNIOR, Antônio. *Telejornalismo nos anos 70*. Adaptação de capítulo da dissertação de mestrado **As representações da diáspora nordestinas no documentário brasileiro (anos 1970/80)**, defendida na Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo em 2003. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/aruanda>.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. *Sob o signo da prosperidade: a publicidade brasileira depois do golpe*. In: **A nova retórica do grande capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais. 2004**. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SILVA, Carlos Eduardo Lins. *As brechas da indústria cultural brasileira*. In: **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.