



Neamp

Bandeirante da Tela: o cinejornalismo de Adhemar de Barros¹

Ari Macedo*

Vera Chaia**

Resumo: Este artigo trata da relação entre cinema, estrutura partidária e mercado. Para tanto se detém na análise do cinejornal *Bandeirante da Tela*, produzido nos anos de 1947 a 1956, no estado de São Paulo, e criado pelo então governador Adhemar de Barros. Foi difundido durante todo o período de hegemonia do adhemarismo no estado.

Abstract: This article is concerned with the connection between cinema, political party framework and market, analysing the newsreel Pioneer of the Screen, produced from 1947 to 1956, in the state of São Paulo. It was created by governor Adhemar de Barros, and it was shown during the whole period of the "adhemarism" hegemony in the state.

A apropriação pelos políticos dos meios de comunicação sempre esteve presente na história. No caso brasileiro, pode-se afirmar que estes serviram como moeda de troca,

¹ Este artigo é baseado no levantamento que Ari Macedo realizou na Cinemateca Brasileira, por ocasião da elaboração de sua tese de doutorado *Adhemar de Barros: práticas e tensões políticas no poder*, defendida na PUC/SP em 2007.

* Doutor em Ciências Sociais e pesquisador do Neamp (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do UNIFIEO.

* Professora do Departamento de Política e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, pesquisadora do Neamp (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e pesquisadora do CNPq.



Neamp

isto é, utilizados politicamente, uma vez que a concessão de estações de rádio e televisão funcionava como prerrogativa do Estado.

Getúlio Vargas (1930-1945 e 1951-1954) foi quem inaugurou esse feito no Brasil, como o primeiro governante a perceber a importância dos meios de comunicação e a fazer uso destes para manipular a propaganda estatal. Utilizava o rádio (meio mais difundido na época) e o jornal *A Manhã* (imprensa oficial do Estado Novo) para divulgar seus feitos públicos. O foco eram os trabalhadores, na sua maioria analfabetos, e os temas sempre ligados à legislação social trabalhista do Estado Novo. Os programas de rádio e o jornal eram os meios de ampla difusão da legislação assistencialista do governo federal.

Vargas também abusou da política cultural visando auxiliar o engendramento da unidade e da identidade nacional. Vários são os exemplos desses mecanismos utilizados: o programa a Voz do Brasil, criado em 1935; o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), de 1937, com o objetivo promover e orientar a utilização da cinematografia como meio de educação popular; e o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), instituído em 1939, servia como o braço auxiliar para a divulgação das obras do seu governo.

Neste sentido, pode-se dizer que especialmente o rádio, implantado no Brasil nos anos 20, era o meio mais apropriado e utilizado pelos governantes para divulgar suas idéias e promover a integração do território brasileiro. O programa Voz do Brasil surgiu na esteira desse projeto de promoção da integração nacional, criando uma identidade política única e divulgando as idéias de Vargas. No DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) eram engendradas as idéias do uso da máquina pública em benefício do governante. Já o cinema, por exemplo, era um dos meios mais propícios para fazer propaganda política. Nada melhor do que retratar em imagens o que o governo estava fazendo.

No Estado de São Paulo não fora diferente. Um dos políticos que mais soube utilizar os meios de comunicação paulistas foi Adhemar de Barros. Estes serviam como canal de divulgação das práticas políticas do cotidiano do seu governo. Médico e de



Neamp

família fazendeira na região de São Manoel, interior de São Paulo, Adhemar fora um dos mais influentes políticos paulistas.

A trajetória adhemarista teve início em São Paulo no final dos anos 30, quando o presidente Getúlio Vargas nomeou Adhemar como interventor federal no estado. Dos nomes propostos a Vargas pelo PRP (Partido Republicano Paulista), o de Adhemar constava como o último. As apostas de que seria o nomeado eram pequenas. Na verdade, Vargas não queria na liderança do Estado uma das raposas do PRP, mas um político jovem e fácil de ser manipulado.

A trajetória do líder paulista começou um pouco antes, quando foi eleito deputado constitucionalista em 1934. Não tinha o perfil de um político nato. Seu ingresso no partido e a decisão de se candidatar ocorreram no último instante. Eleito, foi um dos mais severos críticos ao governo Vargas. Seus discursos eram ásperos e contundentes. Logo, sua nomeação como interventor em São Paulo soava como estranha.

Quando se aproxima a constituinte de 34 e começam a se organizar as chapas para deputados, Adhemar volta do exílio, na Argentina.

Um dia, o tio José Augusto de Resende vai à sua casa, levando convite do general Ataliba Leonel, que queria Adhemar saindo candidato a deputado estadual pelo PRP.

Três meses depois, dá a resposta:

- Aceito, com uma condição.
 - Qual?
 - De me retirar logo após as eleições, para retornar à medicina.
- Acordo selado.

Adhemar elege-se. Dos sessenta deputados, é o 17º mais votado. Toma posse. Começa a brigar, a defender suas idéias.

Passam-se dois, três meses. Adhemar encontra-se com o tio, que lhe pergunta:

- Como é, ainda pensa em se afastar da Assembléia?



Neamp

- Quem, eu?

- Pois é, você mesmo!

Nem o senhor, nem o general Ataliba Leonel, me retiram mais de lá.

Faz uma pausa, e pergunta:

- Sabe por quê?

- Não.

- Tomei gosto pela danada. E, dela não vou mais me afastar.

Danada é a política. (LARANJEIRA, 1990: 17-18)

A interventoria impulsionou a carreira política de Adhemar, tornando-se o único governador por três mandatos em São Paulo e um dos mais influentes políticos nacionais dos anos 40, 50 e 60. Conseguiu se tornar mais popular do que o próprio Getúlio. Popularidade esta conquistada, em parte, com a promoção, pelo Estado, de eventos públicos, como desfiles cívicos, missas, inaugurações, festas populares. Adhemar fazia em São Paulo o que Vargas fazia em âmbito nacional.

Sua figura carismática se sobrepunha a de Getúlio. A imagem de administrador competente e de realizador de obras públicas convenceu os paulistas. Diferentemente de Vargas, Adhemar caminhava, literalmente, no meio do povo. Saía pelas cidades paulistas fiscalizando as obras públicas e conversando com a população. “Sua imagem era cuidadosamente alimentada através da utilização da máquina administrativa do Estado, dos prefeitos nomeados e de uma ativa política de propaganda que chegou a utilizar o cinema, como na série de documentários intitulada "O Bandeirante na Tela"” (HAYASHI, 1996: 80).



Fig. 1. Campanha para a prefeitura de São Paulo (1956)

Também era comum um programa de rádio voltado para a população do interior, a "Palestra ao pé do fogo", onde mantinha uma comunicação direta com o caboclo.

Adhemar entendia a importância do que hoje conhecemos como *marketing político*. Via no processo de comunicação o caminho para se tornar uma liderança nacional e popular. Tinha como referência o governo Vargas e suas campanhas permanentes, usufruindo dos meios comunicacionais, de aproximação com povo brasileiro.

“As lideranças políticas necessitam da mídia e conseguem se firmar nesta situação à medida que sua imagem é construída e veiculada por ela. A publicização torna-se fundamental para deflagrar ou firmar qualquer carreira política” (CHAIA, 2001: 287). E é neste sentido que “o marketing político não se reduz a épocas ou ao processo eleitoral, sendo também utilizado por governos eleitos que buscam apoio e legitimidade para suas ações” (CHAIA, 2001: 289). Adhemar de Barros soube utilizar o rádio e o cinejornal como meios para construção de sua imagem política.

Conseguia manipular a imprensa paulista a seu favor. O único impresso contrário ao seu governo foi o jornal *O Estado de S. Paulo*. Durante toda a sua trajetória política sofreu acusações do meio de comunicação, em razão da intervenção que o jornal sofreu por ocasião do governo de Adhemar no período do Estado Novo. Mas depois de ser exonerado do cargo de interventor pelo presidente Vargas, em 1941, perdeu o apoio da mídia e percebeu a necessidade de ter os seus próprios meios de divulgação política para



Neamp

voltar ao poder. Foi quando comprou o jornal *O Dia* e inaugurou o projeto *Bandeirante da Tela*.

As intenções políticas de Adhemar de Barros eram mais audaciosas, queria chegar à presidência da República. Mas antes era preciso consolidar sua liderança em São Paulo, e assim Adhemar o fez. Candidatou-se ao governo estadual em 1947. Ao mesmo tempo lançou o *Bandeirante da Tela (BT)*, um programa de cinejornalismo com assuntos sobre variedades e política. Projetado nas principais salas de cinema antes do início dos filmes, durou até 1956. Ipiranga e Marabá, de grande fluxo, eram os locais de maior exibição. Archangelo (2007) afirma que dos BTs catalogados na Cinemateca Brasileira, um terço diz respeito a Adhemar, seu partido, o PSP (Partido Social Progressista), e seus membros. O restante versava sobre as mais diversas pautas: moda, esporte, cultura, saúde, educação.

O programa era produzido pela Divulgação Cinematográfica *Bandeirante*, de propriedade de Adhemar. Não era uma agência estatal, mas seguia o modelo de produção de programas daqueles financiados pelo governo federal como *Cine Jornal Brasileiro*, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), e do *Cine Jornal Informativo*, da Agência Nacional. O programa era pago com dinheiro do PSP e de inserção de matérias pagas.

O político, o empreendedor, o paternal, o assistencialista, o médico, o homem sensibilizado e o chefe de família. Enfim, uma variedade de representações numa unidade merecedora de crédito: o *bandeirantismo*. Idéia cara a Adhemar de Barros, pois investida não sem conflitos e enfrentamentos com os inimigos políticos... mas bastante difundida quando vinculada a um tipo de cinema que noticiava o cotidiano, convidando o espectador a partilhar símbolos e valores tomados de um caldo cultural que lhe era próprio. (ARCHANGHELO, 2007).

Não é possível mensurar o quanto a construção da imagem pública de Adhemar de Barros feita pelo *Bandeirante da Tela* repercutiu nas eleições das quais participou. Também não podemos estabelecer como a propaganda era vista pela população. Apenas o crítico de cinema Carlos Ortiz, em 1949, questionou a forma aberta de propaganda adhemarista nos cinejornais (ARCHANGHELO, 2007: 67). “O fato é que um investimento



Neamp

sem o mínimo de retorno – político e financeiro – dificilmente teria gerado um número considerável de cinejornais (...)” (ARCHANGELO, 2007: 69).

Adhemar aproveitou do *Bandeirante da Tela* para intensificar as suas campanhas eleitorais e mostrar os seus feitos políticos. Usou o cinejornal em 1954, quando disputou o governo de São Paulo, e em 1955, no pleito presidencial. Mesmo se beneficiando de todos os recursos através do cinema, foi derrotado. O trecho a seguir enfatiza a dimensão do projeto e como a produtora adjetivava o candidato, construindo sua imagem política: “Por espontânea e cordial a homenagem que o povo presta durante o trajeto as ruas da cidade a Adhemar e ao governador Assunção, mostra prestígio e simpatia que disputam idos no seio dos habitantes do Norte.”².

A POLÍTICA E O CINEMA

As pessoas quando compram um ingresso de cinema estão dispostas a se divertirem, o que não era diferente nos anos 40 e 50. Por isso, o *Bandeirante da Tela* era estrategicamente pensado. Adhemar de Barros tinha muitos eleitores, mas também não contava com a simpatia de outra parcela da população. Tratar só de política não agradaria o público dos cinemas.

(...) A observação detalhada do BT revela uma série de símbolos e temas ligados à pluralidade da sociedade paulista, cujo corpo social, inserido no progresso de uma cidade “que não para”, se reconheceu nas diversas formas de desenvolvimento e modernidade que pairava nos discursos políticos das mais variadas tonalidades, entre eles o de Adhemar de Barros. (ARCHANGELO, 2007: 95).

Segundo Archangelo (2007), moldar o texto de modo a apresentá-lo com um discurso de modernidade e progresso cativava o paulista. Discurso este notado em um dos

² *Bandeirante da Tela* n. 372. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1951. Fita de Vídeo (8m55s), VHS. Cinemateca Brasileira.



Neamp

BT: “Aos autores de um novo dia, bem cedo ainda, começa a vida nos redutos industriais. As chaminés, dedos a apontar os céus, atraem para as colméias operárias de ambos os sexos”³.

O discurso se coadunava com aquilo que o paulista queria escutar: povo trabalhador, visionário, moderno, apto ao progresso.

A via Anchieta é das mais modernas rodovias do país. O serviço de policiamento e controle da via Anchieta pode classificar-se de exemplar. Apreciada fonte de renda para o Estado, constituem os postos de pedágio devido ao grande número de veículos que circulam nessa estrada que liga o planalto ao mar. Modelar a atuação da polícia rodoviária⁴.

As aparições de Adhemar de Barros eram de duas formas: ou inseridas a um contexto, em que o locutor, ao se referir a um determinado assunto citava o nome de Adhemar; ou, bastante comum, fora de qualquer contexto e com corte seco da cena anterior para uma em que aparecia o líder político.

No mesmo BT em que falou da Via Anchieta, seguia o locutor: “A via Anchieta iniciada e inaugurada durante o governo do Sr. Adhemar de Barros, oferece vistas e panoramas belíssimos. Centenas de estradas como esta deveriam estender-se por todos os estados da nação”⁵. Na teia dessas relações entre o cinema e a política, os BTs aproveitavam toda a oportunidade para relembrar quais as obras executadas por Adhemar de Barros quando governou o Estado. Realizações na área da saúde, educação, transportes, dentre outras, eram permanentemente ressaltadas pelo cinejornal.

³ Bandeirante da Tela n. 396. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1951. Fita de Vídeo (8m41s), VHS. Cinemateca Brasileira.

⁴ Bandeirante da Tela n. 680. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1955. Fita de Vídeo (7m24s), VHS. Cinemateca Brasileira.

⁵ Bandeirante da Tela n. 680. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1955. Fita de Vídeo (7m24s), VHS. Cinemateca Brasileira.



Neamp

As visitas feitas por Adhemar a outros Estados também eram retratadas. Quando estava em regiões muito pobres, o BT fazia uma comparação com São Paulo, sempre enfatizando o desenvolvimento do Estado sob os governos de Adhemar de Barros. Em visita a Belém, o locutor enfatizava a figura popular do líder paulista.

Belém do Pará recebe a visita de Adhemar de Barros, a quem o governador do Pará, General Assunção e o prefeito de Belém Dr. Lobo Álvares de Castro, oferecem hospitaleira recepção. As ruas e os lugares mais interessantes de Belém do Pará são percorridos por Adhemar de Barros em companhia dos principais homens da administração paraense. Por espontânea e cordial a homenagem que o povo presta durante o trajeto as ruas da cidade de Adhemar e do governador Assunção (...)⁶.

Ao descrever a cidade, o BT apresenta os pontos pitorescos de Belém. Ao citar as favelas da cidade, diz o locutor: Uma visita [que] se impõe ao pai dos pobres. Preocupação constante dos governos esclarecidos”⁷. O intuito era enfatizar o papel preponderante dos governantes progressistas.

No aspecto das ações políticas, as imagens procuravam focalizar sempre Adhemar no meio do povo. “No aeroporto de Pampulha a chegada do Sr. Adhemar de Barros era aguardada com grande antecedência. Acompanhado de sua esposa e de personalidade de prestígio da vida política nacional, o Sr. Adhemar de Barros recebe expressivas manifestações de solidariedade e apreço”⁸. Na oportunidade, Adhemar participou, na cidade mineira, de uma convenção do PSP. As imagens o mostravam sempre acompanhado de lideranças políticas e de populares. Neste BT, em especial, uma cena peculiar. Aproveitando a religiosidade do povo mineiro, o líder solicitou uma reza antes dos discursos dos convencionais.

⁶ Bandeirante da Tela n. 372. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1951. Fita de Vídeo (8m55s), VHS. Cinemateca Brasileira.

⁷ Bandeirante da Tela n. 372. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1951. Fita de Vídeo (8m55s), VHS. Cinemateca Brasileira.

⁸ Bandeirante da Tela n. 663. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, s/d. Fita de Vídeo, VHS. Cinemateca Brasileira.



Neamp

As viagens ao exterior também ganharam destaque no BTs. Eram tratadas como viagens de estudo. Em uma dessas, disse Adhemar: “Visitei uma dúzia de países na Europa em viagens de estudo e tive a oportunidade de verificar [muita coisa] que pode interessar a nossa terra”⁹.

Mas um tema mereceu maior atenção: o social. Em diversos BTs a saúde, a educação e os projetos sociais foram aprofundados.

No Estado de São Paulo cuidados especiais foram dedicados à criança. Antes mesmo de amanhecer o bebê passou a ter à sua disposição serviços médicos especializados. O controle pré-natal indica com precisão as condições de nascimento. Nas maternidades os obstetras e os exames se fazem necessários. As mães têm a certeza de que ainda que decidam processos cirúrgicos, poderão trazer ao mundo seus bebês em condições de perfeita segurança (mostra nascimento do bebê). Ei-lo! O rei, o maior, o dono da existência de papai e mamãe, adorado e rechonchudo pimpolho, com o qual se preocupam cientistas e administradores. Em São Paulo muito se tem feito em favor dos pequeninos seres, uma ação que se desenvolveu mais quando esteve à frente do executivo paulista um médico, que encarou o problema de maneira direta, conseguindo baixar os índices de mortalidade infantil, graças à instalação de postos de saúde e extensa rede de proteção à criança em todo o Estado bandeirante¹⁰.

Nos cinejornais em que os projetos sociais mereciam certo destaque, o trabalho da ex-primeira dama do Estado, D. Leonor Mendes de Barros, era sempre enfatizado. “Na senda de uma representação “convincente”, o *paternalismo* no discurso adhemarista foi patente, num apelo que ocorreu diretamente quando vinculado aos compromissos de dona Leonor” (ARCHANGELO, 2007: 95).

⁹ Bandeirante da Tela n. 501. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1952. Fita de Vídeo, (7min56seg), VHS. Cinemateca Brasileira.

¹⁰ Bandeirante da Tela n. 396. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, s/d. Fita de Vídeo, VHS. Cinemateca Brasileira.



Fig. 2. No Abrigo Leonor Mendes de Barros em Campos de Jordão (1948)

Os BTs, quando das aparições de D. Leonor, eram apelativos. Exacerbavam o sentimentalismo. Em um desses cinejornais próximo do Natal, registrava o locutor: “Em São Paulo (...) há pessoas que se incubem de lembrar a Papai Noel a infância desprotegida. D. Leonor Mendes de Barros há muitos anos lidera esses movimentos filantrópicos desdobrando-se em atividades”¹¹. Neste caso, a entrega dos presentes era feita diretamente por ela. “Nas manifestações de carinho registradas no BT para com ela, o discurso cinematográfico enveredou pela figura por vezes maternal, com ações assistencialistas, noutras matriarcal, com representações de uma pessoa central no seio do lar e da família” (ARCHANGELO, 2007: 95).

Os meios de massa, rádio e cinema, foram utilizados com muita perspicácia pelo líder político. Só que a mensagem era muito regional, centrada no Estado de São Paulo. Diferente do momento atual, em que a televisão projeta ou destrói uma liderança política nacionalmente.

¹¹ Bandeirante da Tela n. 415. São Paulo: Divulgação Cinematográfica Bandeirante, 1955. Fita de Vídeo, (5min40seg), VHS. Cinemateca Brasileira.



Neamp

Com a inauguração, em 1950, da TV Tupi, em São Paulo, cria-se uma estrutura de comunicação fundamental para o país, uma tríade com grande importância midiática formada pelo rádio, cinema e televisão.

O cinejornalismo, personificado por Primo Carbonari, entra em decadência nos anos 90. É a partir deste período que os governos recorrem às agências de publicidade e propaganda e encomendam as suas próprias peças publicitárias que ganham o claro teor institucional, tendo como objetivo divulgar suas obras e realizações.

O marketing institucional adquire uma importância vital, reforçando o papel das agências de Publicidade e Propaganda. As assessorias de imprensa desempenham também a função de buscar espaços para a divulgação de diferentes governos - nas áreas municipal, estadual e federal. Neste sentido, os cinejornais até então financiados por empresas privadas e por setores governamentais, saem das telas do cinema e encontram um novo espaço de propaganda: a televisão.

BIBLIOGRAFIA

ARCHANGHELO, Rodrigo – Um Bandeirante nas Telas de São Paulo: o discurso adhemarista em cinejornais (1947-1956), dissertação de mestrado defendida na USP em 2007.

CHAIA, Vera – Mídia e Marketing Político, em DOWBOR, L., IANNI, O, RESENDE, P, SILVA, H. (Orgs.) – Desafios da Comunicação, Editora Vozes, Petrópolis, 2001.

HAYASHI, Marli. A gênese do adhemarismo. USP: Dissertação de mestrado em História Social, 1996.

LARANJEIRA, Carlos - Histórias de Adhemar. 2ª edição, São Paulo: Edição do autor, 1990.



Neamp

MACEDO, Ari - *Adhemar de Barros: práticas e tensões políticas no poder*, tese de doutorado defendida na PUC/SP em 2007.

Arquivo da Cinemateca Brasileira – cinejornais Bandeirante da Tela.