

# Eleições e cinema brasileiro: do fósforo eleitoral aos santinhos eletrônicos



WASHINGTON LUIS

**N**o passado, campanhas eleitorais de qualquer nível eletivo não foram um assunto ao qual os cinegrafistas e cineastas brasileiros se atirassem com avidez. A difusão das imagens dos candidatos pela televisão em decorrência dos “programas eleitorais obrigatórios” obscurece o fato de que a veiculação intensiva das imagens de candidatos em campanha política é um fenômeno recente na história republicana. Ao lado destes fatores desfavoráveis para a construção de imagens sobre eleições, nota-se ainda a incipiência de uma reflexão sobre a sua importância enquanto elemento atuante no imaginário político e social do país. O último agravante que se une a este quadro de abandono é a fragilidade do suporte em que estão fixadas as imagens de eleições, principalmente no caso das geradas pela e para a televisão. Este artigo não pretende chegar à análise das campanhas realizadas pelo “palanque eletrônico”, mas não pode deixar de notar que o desleixo na conservação da memória política do país cria o espectro de, num futuro bem próximo, reproduzirmos a desmemória que já ocorre em relação ao passado republicano.

Embora a República e o Cinema Brasileiro fossem contemporâneos (os primeiros filmes brasileiros foram produzidos em 1897), somente em 1909 é que temos uma primeira notícia de utilização das eleições como assunto de um filme. É certo que os nossos cinegrafistas pioneiros não tinham muitos motivos para se ufanarem do regime político e das práticas eleitorais da República assim como o faziam em relação às belezas naturais ou aos produtos da terra. Considerando-se que o comando dos debates políticos estava restrito às oligarquias, sujeitando-se os eleitores a “sufragar” a “bico-de-pena” o nome indicado pelos chefes políticos regionais ou locais, não causa estranheza que as eleições fossem antes um ato referendário do que uma escolha política livre. Por outro lado, durante o desenrolar das campanhas, a instabilidade política provocada pelas disputas entre os grupos oligárquicos elevava um pouco mais o nível de violência que permeava a sociedade. Dentro deste quadro autoritário e excludente, tomar partido ou fazer a apologia de uma determinada candidatura comportava um risco, muitas vezes de vida. Dificilmente os primeiros cinegrafistas, em geral imigrantes que vinham “fazer a América” com uma novidade técnica, o cinema, participariam de uma campanha na qual poderiam perder tudo. O fator preponderante,

JOSÉ INÁCIO DE  
MELO SOUZA é  
pesquisador da  
Cinemateca Brasileira.

entretanto, para que se mantivesse o distanciamento entre produtores de imagens e candidatos, encontrava-se na importância que as elites bacharelescas davam à palavra impressa. O jornal era o local correto para a amplificação das candidaturas, para a realização dos debates eleitorais. Num país onde o analfabetismo grassava com virulência, este era um dado excludente a mais.

Com o adensamento das cidades, os *meetings* de rua foram ganhando espaço na vida política sem que os jornais perdessem a sua importância. Os diários trabalhavam a favor ou contra as posições políticas dominantes. Possuir um jornal ou vários a serviço de uma candidatura era o padrão corrente. Portanto, captar o interesse dos políticos para um meio de divulgação novo como o cinema, de resultados desconhecidos e de efeitos sobre a população imprevisíveis, implicava a desmontagem de uma estrutura mental para a qual nem os políticos nem os cinegrafistas estavam preparados. Desse modo, o reinado da palavra impressa durou mais de meio século, sendo liquidado em definitivo somente com o fim da censura ostensiva à televisão pelo regime militar.

Na virada da década de 10, quando o Cinema Brasileiro estava se firmando num mercado dominado pela produção estrangeira, duas possibilidades discursivas sobre as práticas eleitorais vigentes no país se abriram para os realizadores de filmes: a sátira do poder e o elogio do poder. Martirizar com o riso os procedimentos políticos usuais foi o objetivo de um filme de pequena metragem de Antonio Leal, um imigrante português, realizado em 1909. *O Fósforo Eleitoral* - assim se chamava o filme - tratava de maneira "cômico-fantástica... o modo de se fazer eleições (no) Rio" (essa e as informações seguintes foram extraídas dos volumes da *Filmografia Brasileira*). No ano seguinte foi a vez da apresentação de *Paz e Amor*, ambiciosa revista de costumes que contava as peregrinações do Coronel Tibúrcio da Anunciação, personagem da revista *A Careta*, pelo Rio de Nilo Peçanha. O passeio do matuto Tibúrcio pelo "mundo aluado" de Olin I (epigrama com o nome do presidente) incluía um quadro onde apareciam os candidatos Rui Barbosa e Hermes da Fonseca. Os resumos do filme existentes não avançam além destas informações, porém o tom geral de farsa sobre a política e os

políticos do Rio de Janeiro não deixa dúvidas sobre quais eram os alvos escolhidos.

A segunda possibilidade presente na construção de imagens sobre as campanhas eleitorais se fazia *a posteriori*, pela filmagem da posse do vencedor. Tal é o caso do citado Marechal Hermes, vencedor de Rui Barbosa em 1910, alvo de Alberto Botelho, que registrou *O Novo Governo: Posse do Marechal Hermes* e *A Posse do Marechal Hermes* (além desses dois filmes com autoria definida, o acontecimento mereceria uma terceira película anônima).

Com a crise que se estabeleceu no Cinema Brasileiro depois de 1911-12 em decorrência do fortalecimento das distribuidoras norte-americanas no país, a abertura para o tratamento ficcional da política nacional foi sendo deixada de lado em favor dos certos e rentáveis filmes de "cavação" publicitária, onde o elogio dos poderosos do dia era o tema preponderante. Assim, se na campanha de 1914 o cinema veiculou a posse de Venceslau Brás com os filmes *As Cerimônias de Posse do Dr. Venceslau Brás*, feita para exibição no cinema Palai, do Rio, e *a Posse do Novo Governo no Rio Dia 15 de Novembro*, na campanha de 1918, o cinejornal *Brasil Ilustrado* da Nacional Filme, no seu número de março, apresentaria aspectos das eleições federais com os dois candidatos caricaturados pelo desenhista Seth (Rodrigues Alves e seu vice, Delfim Moreira, concorriam sem oposição). Esse possível último alento carregado de certo humor seria substituído na campanha sucessória de Epitácio Pessoa (Rodrigues Alves morreu em 1919, motivando nova eleição da qual Epitácio saiu vencedor contra Rui Barbosa) pelas imagens que elogiavam o candidato da composição oligárquica, Artur Bernardes. Ao contrário das disputas anteriores, das quais não restou um único fotograma, sobre a campanha do presidente de Estado mineiro chegaram aos arquivos alguns filmes que nos auxiliam na reflexão sobre o assunto. Entre eles, destaque dois filmes que se referem à viagem de Artur Bernardes ao Rio para ler a sua plataforma política, ambos de 1921.

Nos filmes *Para Ler a sua Plataforma Chega ao Rio de Janeiro o Futuro Presidente da República Dr. Arthur Bernardes* e *Viagem do Exmo. Sr. Dr. Arthur Bernardes...* flagram-se dois movimentos complementa-

res da prática política oligárquica: o ritual e o formalismo vazio. No trajeto do trem da Central do Brasil entre Belo Horizonte e o Rio, as imagens dos filmes estão constantemente nos dizendo que o que vemos não é uma campanha política, mas sim um rito que obriga o candidato “nacional” a se deslocar ao centro político do país em cumprimento de uma formalidade. Na filmagem realizada pela produtora Cine Album do Brasil (*Viagem do Exmo. Sr. Dr. Arthur Bernardes...*) da qual restaram somente algumas seqüências incompletas do filme original, as imagens sobreviventes teimam em contradizer as cartelas de apresentação dos textos. O que se vê em boa parte do filme são cenas de trilhos e estações ultrapassadas em vertiginosa velocidade, como se um maquinista alucinado conduzisse o mineiro diretamente ao mar. “Sua Excia. que é o candidato nacional à presidência da República é vivamente aclamado em todas as estações onde o trem faz parada”, anuncia uma cartela, seguindo-se túneis, trilhos, trilhos e túneis. Na Estação Central, já no Rio, é que temos uma primeira idéia de campanha: a gare está cheia, uma única faixa está aberta, sustentada por dois “correligionários” uniformizados, ambos pouco à vontade na nova função. No momento da chegada da composição que traz o candidato, os presentes ao acontecimento aplaudem. Ao sair da pequena estação, o candidato se vê submergido pela multidão que o aguardava. A cartela seguinte, da qual nos falta a imagem correspondente, afirma que “na Avenida Rio Branco a multidão espera impacientemente a passagem de S. Excia.”. Um segundo material, mais completo do que o filmado pelo cinegrafista J. Viana, permite observações complementares. A viagem ao Rio, passando por Paraíba do Sul, Barra do Piraí e Belém, dá ensejo a que, nessas pequenas estações da Central por onde passa o trem, ocorram manifestações de grupos de correligionários empertigados nos seus ternos de colarinho duro, além dos molecotes que não deixam de macaquear para a câmera. A cartela novamente tenta engrandecer a pequenez: “Em Belém S. Ex. foi alvo de grande manifestação”, o que significa a arenga de um dos membros da comitiva, respondida por outra oração por Artur Bernardes que está em pé na plataforma do vagão. O volume de cabeças que se interpõem entre

o estreito espaço dos que estão na estação e a câmera emoldura este quadro de “grande manifestação”.

Uma boa parte do filme concentra-se na chegada do candidato ao Rio. Na Estação Central, a divisão entre a massa popular contida pela polícia e os políticos do Partido Republicano e autoridades públicas que chegam para o recepcionar estabelece um quadro de solenidade oficial que se ampliou mais tarde no trajeto pela Avenida Rio Branco, até a residência onde se hospedou o candidato oficial. Desse modo, apesar das cartelas insistirem no fato do “povo” aguardar “Sua Excia.”, ou que “a mais entusiástica homenagem de que há notícia em nossa capital” foi prestada ao candidato da oligarquia, ou ainda que “o povo” teria carregado Bernardes até o seu automóvel, presenciase o contrário da efusão entre o candidato e a população carioca. Na estação, o candidato se vê cercado pelos políticos e partidários, tentando-se mesmo a formação de um cordão humano de modo a dar uma saída controlada e protegida de Artur Bernardes até o carro (a cena é confusa e cômica: não se entende a razão motivadora dessa atitude por parte dos “correligionários” já que a massa popular estava vigiada pela polícia; vista por outro ângulo, ela dá margem à leitura triunfalista do “candidato popular” sendo “carregado pela massa”). A passagem pela Avenida Rio Branco em carro fechado reforça a ausência de contato entre o candidato e os membros do cortejo com a população, que se mantém estática nas calçadas.

Realizada a leitura da plataforma presidencial, da qual não temos imagens, o retorno a Belo Horizonte do candidato desenvolve-se em dois momentos antagônicos. Na saída da sua residência carioca, a rua está vazia. Na chegada à Estação Central é sensível a ausência da população. Somente junto ao trem é que vemos a aglomeração dos presentes ao embarque de Bernardes.

As imagens da “campanha” de Bernardes se realizam, em síntese, como um ritual privado. Ela não se exterioriza para a população, já que o candidato não busca a incorporação de ninguém. O seu percurso de campanha é pontilhado por espaços fechados (trens, estações, automóveis, residências), que percorrem trajetos predeterminados (da estação à casa, desta ao local do

discurso, depois a volta à estação, o que se repete em Belo Horizonte), num apolíneo desinteresse pela massa. Mais do que isso, esta é uma campanha que não reconhece a população do país enquanto população eleitora e, portanto, com vontade política de participação nos destinos da nação. A campanha é antipopular, como de resto seria o governo de Bernardes.

O sucessor de Artur Bernardes foi o paulista Washington Luis (essa sucessão já estava determinada pelo acordo que escolheu o mineiro). Não temos imagens dessa eleição. As informações publicadas na imprensa pelo cinejornal *Rossi Atualidades* nº 101, órgão “oficial” do Partido Republicano Paulista-PRP, indicam, contudo, que os procedimentos eleitorais não devem ter sido diferentes dos praticados por Artur Bernardes. Sob o título “Política Nacional”, o cinejornal anunciava que “a fim de assistir ao banquete que lhe oferece os próceres da política nacional e ler a sua plataforma de governo, chega ao Rio o Dr. Washington Luis”. Na falta das imagens da campanha do “barbado”, a do sucessor que Washington Luis tentou fazer apresenta alguma novidade.

O ritual é o mesmo. No filme da produtora Botelho e Neto, *A Era da Renascença Nacional*, uma cartela diz: “Quando o Dr. Júlio Prestes, Presidente do Estado de São Paulo e candidato à futura Presidência da República, chegou ao Rio para ler a sua plataforma de governo, foi recebido pelo povo carioca com um entusiasmo indescritível” (*et pour cause* não existem imagens deste acontecimento “indescritível”). Ascenasseguintes a essa afirmação localizam o espaço do banquete onde foi lida a plataforma política do candidato oficial, exibindo com abundância de detalhes os encasacados e suados, pelo calor de dezembro, grandes eleitores de S. Excia. Apesar desse prognóstico infeliz, *A Era da Renascença Nacional* é um filme curioso. É uma película longa para os padrões da época (cinco partes das quais só restaram duas, ou seja, quase uma hora de projeção na sua origem), compondo-se de um ator principal (o candidato que fala), cartelas com o texto do discurso e curtas cenas ilustrativas daquilo que foi falado. A distinção fundamental dessa película em relação às anteriores reside na sua concepção como um filme moderno de propagan-

da política. O filme não se reduz a exibir a figura do vencedor antecipado, como se fazia antes, mas vai além ao colocar para estratos mais amplos de eleitores urbanos, letrados e iletrados, em particular para as camadas médias urbanas, o discurso político do candidato em campanha. Dentro da República Velha isso pode ser entendido como um sinal auspicioso e modernizador das relações políticas ao propor uma interação social mais ampla.

A forma com que se estrutura o filme de propaganda política de Júlio Prestes é ainda tosca, cansativa e repetitiva. Entretanto, existe uma idéia que permeia todo o discurso do candidato paulista que se erigiria como parâmetro na construção das imagens de campanhas eleitorais. Estou me referindo aqui à idéia de continuidade enquanto homem e obra.

Após a peroração inicial, o primeiro fato anunciado por Júlio Prestes no filme diz respeito à herança política que recebia de Washington Luis (é de causar impacto que essa formulação apareça pela primeira vez em imagens numa quadra de ruptura da vida política nacional). Júlio Prestes não se apresenta como uma escolha partidária para a futura eleição - O PRP não ganha qualquer referência durante o desenrolar do filme -, mas se coloca no cenário político como um continuador do governo anterior. Um trecho do discurso reproduzido na cartela afirma que “conhecendo o meu passado, a minha atuação de homem público e proclamadas todas as manifestações de que fui alvo, desde o lançamento de minha candidatura, até o prestígio de que me vi cercado, por todas as forças vivas da nacionalidade que me reclamavam como continuador da obra política e administrativa do Senhor Presidente Washington Luis estava, implicitamente, traçado o meu programa de governo”. A expressão em imagens dessa frase nos apresenta Washington Luis sendo abraçado por “Seu Julinho” na inauguração de uma estrada, demonstração eloqüente das ligações entre o antigo e o próximo presidente. Em outro momento, a declaração de Júlio Prestes de que vinha completar a “... obra magistral do preclaro estadista que vem dando ao Brasil o maior dos governos de que ele se orgulha”, é ilustrada pela figura hierática do presidente, vestindo casaca e faixa presidencial, dentro da moldu-

ra de uma frís cinematográfica (essa imagem se interpõe como uma cunha entre, de um lado, a intimidade de um abraço entre iguais e, de outro, o respeito devido aos poderosos; os tempos do populismo ainda não eram chegados).

A segunda face da idéia de continuidade envolve os aspectos da obra realizada por Washington Luis que encontrariam em Prestes o seu continuador. Isto já havia sido anunciado no abraço cordial dos dois presidentes na inauguração de uma estrada (“governar é abrir estradas”, segundo o lema de Washington Luis), ganhando contornos mais definidos quando o candidato passou a enumerar os benefícios que concederia à cidade do Rio de Janeiro e aos seus moradores, notadamente os mais carentes, no seu governo. A Capital Federal teria os seus serviços urbanos “desenvolvidos”, assim como a eletrificação das linhas da Central até os subúrbios seria implementada (providência que seria concretizada no governo Vargas). Os subúrbios e as “terras improdutivas” do DF na Baixada Fluminense deveriam ser saneados, dando margem ao uso melhor do solo. A parte social do programa de Júlio Prestes continuava com um chamamento ao operariado. Nesse ponto ele faz a promessa de que novas “habitações operárias... comodidade e transporte, baratearão o custo de vida, assegurando maior conforto aos que trabalham e abrindo novos horizontes ao nosso desenvolvimento” (as imagens que estavam ausentes quanto à Central e à melhoria da Baixada surgem agora na forma de um conjunto de casas geminadas onde uma parte estava pronta e outra em acabamento). Coroando essa seqüência de alusões às obras que deveriam ser atacadas no seu governo, aparece o reforço da idéia continuista ao se expor a imagem de Washington Luis assinando um documento que é colocado no interior de uma urna, pedra fundamental de obra pública, ou seja, o que vinha sendo feito teria um continuador.

Feito o discurso no Rio, Júlio Prestes retorna a São Paulo. A recepção que a população da capital lhe proporciona é apoteótica (o título do filme é justo: *Recepção Apoteótica ao Presidente Júlio Prestes*). Um mar humano acompanha o candidato em carro aberto no seu percurso da Estação do Norte até o Palácio dos Campos Elíseos. A polícia montada tem dificuldade em abrir

passagem para o automóvel apinhado. “Não obstante a inclemência do tempo”, assinala uma das cartelas iniciais, “o povo de Piratininga afluiu em massa à estação para demonstrar as suas simpatias pelo paulista ilustre, indicado pela maioria do país para a curul presidencial”. Algumas faixas de “vivas” e “salves” são carregadas durante a marcha triunfal. A Estação do Norte, engalanada com arranjos florais, prefigura o cenário de festa que atingiria o seu auge à passagem do cortejo pela Rua Líbero Badaró. É neste ponto da marcha que os confetes e flores jogados dos prédios dão um ar de grandiloqüência cívica à chegada do candidato paulista.

A massa popular estava nas ruas. Isso não significava, contudo, que as ruas eram das massas. A candidatura Júlio Prestes resultara de uma crise entre as oligarquias, pois afastara da disputa o candidato mineiro Antonio Carlos, “herdeiro natural” na linha sucessória de Washington Luis. Getúlio Vargas, que saíra candidato opositorista pela Aliança Liberal (frente formada pelos setores oligárquicos descontentes do Rio Grande do Sul, Paraíba e Minas), foi derrotado na eleição de 1929 por uma faixa estreita de votos, acelerando ainda mais as insatisfações. O rompimento definitivo estourou no ano seguinte, abrindo uma nova fase na vida republicana.

A permanência de Vargas no governo seria confirmada pela Assembléia Constituinte de 1934, devendo durar até 1938. Uma nova campanha sucessória se abriu em 1937. Dela sobrou um único filme: um comício integralista depositado no arquivo do Museu Guido Viaro, em Curitiba. Os outros materiais sobre essa campanha se referiam ao comício de José Américo de Almeida na Esplanada do Castelo, outro comício do candidato oficial em Belo Horizonte e um número da série Sigma Filme dos integralistas, todos perdidos (depois do golpe integralista, em maio de 1938, os cinegrafistas optaram por dissolver em ácido esses materiais comprometedores; poucos sobreviveram nos arquivos de filmes). Pela primeira vez os cinegrafistas mergulhavam numa campanha eleitoral sem esperar o chamamento para um serviço profissional ou a reportagem bajulatória quando da posse do candidato vitorioso. Era uma atitude arriscada pois o jogo político estava se fa-

zendo ao calor dos acontecimentos. O candidato oficial não encontrava boa receptividade dentro do governo em razão do estilo populista de sua campanha. Além do bombardeio que sofria por parte de um Benedito Valadares, por exemplo, preocupado com o ritmo populista dado à campanha, José Américo não contava com a isenção dos aparelhos governamentais. O Serviço de Censura do Estado de São Paulo, diante de um filme curto em que apareciam cenas do célebre comício da Esplanada do Castelo, não titubeou em proceder ao expurgo das imagens, para a justa indignação da platéia, segundo o jornal *O Dia* de Curitiba.

A pitonisa There Delys afirmara já em 1936, pelas páginas do *Diário de S. Paulo*, que Getúlio Vargas ficaria no governo (“o sr. Getúlio Vargas não deixará o poder”, declarou peremptória). Houve o golpe de novembro de 1937, que era esperado por todos. Novas eleições somente se dariam em dezembro de 1945.

Enquanto os cinejornais oficiais faziam, entre julho e setembro de 1945, a campanha eleitoral do ministro da Guerra da ditadura varguista, Eurico Gaspar Dutra, apresentando a homologação da candidatura e um comício em Barra do Piraí (os exemplos citados podem ser vistos nos números correspondentes do *Cine Jornal Brasileiro*, jornal oficial do antigo Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP). Por intermédio desse mesmo cinejornal, o governo de transição fazia um esforço de divulgação sobre os procedimentos que o eleitor neófito deveria tomar em 2 de dezembro.

Para a difusão do processo de votação foram produzidas cem películas curtas do *Cine Jornal Brasileiro (Como Votar)*. Durante três minutos o filme montava o cenário de um dia de votação, ou seja, quais seriam os horários das seções eleitorais, como proceder à entrada do local de votação, cujo acesso seria feito por uma senha, a verificação do título eleitoral pelos mesários, a sobrecarta para a colocação das cédulas e a votação na cabine indevassável. Um ator fazia a demonstração de todos os passos para o voto correto, colocando no envelope as cédulas impressas de propaganda dos candidatos ou os nomes datilografados trazidos de casa, sem rasuras ou rabiscos, que nessa

eleição deveria ser para presidente, dois senadores (que poderiam pertencer a partidos diferentes) e deputado federal (nas eleições de 3 de outubro de 1950, no Distrito Federal, devia-se colocar no envelope cédulas para presidente, vice, dois senadores, deputado e vereador; nos estados, além dessas, mais as cédulas para governador, vice e deputado estadual; num grande número de municípios, além das anteriores, as cédulas para prefeito, vice e juiz de paz). O envelope era fechado para, por fim, ser posto na urna. Era proibida a propaganda num raio de cem metros do local de votação, medida que tinha sentido nas eleições do período 1945-64 em razão da utilização das cédulas como voto (a queda dessa norma é recente).

Dutra venceu as eleições de 1945 com a estrutura partidária montada por Vargas e em razão direta do apoio arrancado ao ex-ditador nos meses finais de campanha. O Partido Social Democrático - PSD saiu da eleição com a maior bancada na Assembléia Constituinte.

No governo Dutra o país assiste ao crescimento do sindicalismo urbano subjugado a um sistema de controle estatal corporativo implantado largamente durante o Estado Novo. O governo de aparência democrático-liberal encetou uma política de alinhamento automático à política de guerra fria norte-americana (combate ao comunismo, colocação do PCB na ilegalidade, repressão às greves, etc.), fazendo emergir o autoritarismo que a euforia da redemocratização considerava enterrado. O continuísmo de homens e idéias do período anterior entrava pela porta da frente da legalidade democrática.

Outras experiências políticas realizadas durante o Estado Novo encontrariam campo fértil para continuarem vivas no regime democrático. Durante a ditadura, o DIP implantara um vasto plano de controle dos meios de comunicação, atingindo principalmente a imprensa, que foi posta a serviço das necessidades de propaganda política do Estado. Não havia um ato administrativo ou político emanado do centro do poder que não encontrasse ampla divulgação. A difusão dos benefícios doados ligava-se à figura de Vargas e, em termos mais amplos, à idéia de um Estado pronto para saciar todas as necessidades sociais da população. Para melhor ampliação desse sistema vertical de

popularização da presença do Estado, Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda, os DEIPs, foram organizados regionalizando a mesma ideologia da política personalista. Em São Paulo, durante a interventoria de Ademar de Barros (1938-41), fora organizado um sistema similar de propaganda, ampliação da experiência anterior desenvolvida na interventoria “tenentista” de João Alberto (1931). Com a determinação vinda do Rio, em 1941, para implantação do DEIP, a base do que já existia cresceu enormemente, e é possível que São Paulo tenha sido o estado onde o sistema melhor funcionou. A nível federal, a estrutura do complexo propagandístico manteve-se após o fim da ditadura, mudando-se apenas alguns rótulos, permanecendo até hoje viva no sistema Radiobrás de rádio e televisão (“Hora do Brasil” e outros serviços de imprensa e televisão). A segunda grande medida da ditadura com fundas repercussões nas décadas seguintes foi a construção pelo Estado de uma extensa rede de instituições de concessões de benefícios. Ampliaram-se os serviços de alimentação popular, a rede hospitalar, o sistema educacional, as colônias de férias, as casas de caridade e de abrigo, a construção de casas populares, os serviços montados no interior dos sindicatos atrelados ao Ministério do Trabalho e institutos de previdência. O terceiro aspecto que gostaria de chamar a atenção foi a invenção do “povo brasileiro”, que seria o objeto central do discurso populista. A sociedade urbana depois de 1945, cada vez mais diferenciada em classes e frações de classe, foi englobada dentro de uma categoria, o “povo”, a parcela organizada nos sindicatos e associações, e os “pobres”, os “pequenos”, a massa desorganizada e dependente, a mais carente dos benefícios concedidos pelo Estado. Os discursos políticos de campanha do período populista sofreriam as influências desses mecanismos de manipulação.

A documentação cinematográfica mais abundante localizada sobre as campanhas eleitorais populistas envolve a figura de Barros. Ademar, que emergira para o cenário político nacional graças à ditadura estadonovista, era um profundo conhecedor das qualidades advindas de uma máquina de propaganda azeitada. Ter jornais e o cinema a seu favor era uma necessidade

imperativa (Vargas, no seu último mandato, favoreceu o aparecimento da *Última Hora* com o mesmo objetivo). No caso do cinema, Ademar tinha espaço garantido no cinejornal *Bandeirante da Tela*.

A análise dos *Bandeirantes* existentes dedicados às campanhas eleitorais outra vez ressalta a idéia de continuísmo. Ademar apresenta Lucas Nogueira Garcez aos eleitores, na campanha ao governo do Estado em 1949. Garcez não falará de suas propostas de governo, mas fará o elogio da obra administrativa de Ademar no governo anterior, começando pela diplomação ocorrida no Palácio da Justiça, em 1947 (o período da interventoria na ditadura foi devidamente arquivado e esquecido). Quando foi a vez de Ademar tentar o retorno ao governo em 1954, o que não conseguiu pois foi derrotado por Jânio Quadros, Garcez, mesmo com o rompimento havido entre os dois após a posse por questões de distribuição de cargos, fez para as câmaras do *Bandeirante* o elogio do candidato, apresentando-o como representante do “sentido exato de uma política construtiva”.

Os filmes existentes são redundantes na exibição do “sentido exato” dessa política (entre outros temos *Um Homem Capaz*, *Campanha contra Jânio Quadros*, *Campanha à Presidência de Ademar*; as observações seguintes são tiradas desses materiais). No filme possivelmente realizado para a sua campanha de candidato à presidência, em 1955, a obra de Ademar é primeiro anunciada por seu nome inscrito no mapa do Brasil; em seguida temos as cenas de um “comício-monstro” e a sua posse no governo, em 1947 (esse filme assim como a maior parte das películas da campanha política de Ademar são feitos a partir de um repertório básico retirado dos arquivos de imagens do *Bandeirante* e arranjados quase sempre na mesma ordem de idéias; por outro lado, a similaridade com o filme de campanha de Júlio Prestes é notável). Depois dessa introdução, seguem-se cartelas anunciando tópicos de campanha. Por exemplo, o tema “Ação” corresponde a imagens de Ademar apresentado como um homem que não se fecha nos gabinetes governamentais (modelo tomado ao Vargas da ditadura), percorrendo as ruas em visita às obras públicas, junto ao seu povo, faina que a voz do narrador engrandece “como de trabalho

intenso e atividade incansável". Temos nova cartela: "Ensino". Ademar corta a fita inaugural de uma escola, visita uma sala de aula, depois, outro grupo escolar. O seu trabalho em prol do ensino se completa com a enumeração da construção de "... 139 grupos escolares, cinco escolas normais, 17 escolas diversas, quatro edifícios para a USP, 14 ginásios e colégios. Criaram-se parques infantis..." (o *Bandeirante da Tela* acusaria Jânio Quadros de retirar, no seu governo, o copo de leite que era dado às crianças na administração ademarista). Seguem-se outras cartelas, todas anunciadoras dos benefícios que o governo de Ademar propiciara ao povo do estado de São Paulo. Assim temos "Água" (o texto lido pelo narrador afirma com seriedade apropriada: "com dinamismo surpreendente Ademar colocou enormes tubulações dentro dos meios líquidos"); "Aeroporto" ("a maquete do Aeroporto de Congonhas foi rapidamente substituída pela construção do Aeroporto mesmo"); "Moradia" (Ademar assenta a telha de uma casa); "Lavoura" (Ademar dirige uma máquina na colheita do trigo); "Saúde", cujo programa de realizações é extenso: Hospital das Clínicas, Hospital do Juqueri, Sanatório "Ademar de Barros" em Campos do Jordão, Hospital do Mandaqui, Hospital Regional de Bauru, etc.; dos 24 mil leitos instalados no estado, 18 mil eram devidos a Ademar. O trabalhador rural também ganhou assistência no seu governo graças ao "trem sanitário" que corria o interior. D. Leonor Mendes de Barros participava ativamente dessa parte da obra de Ademar, seguindo o mesmo exemplo de D. Darcy, o duplo de Vargas. Nenhuma das obras, contudo, excede a fama popular adquirida pelo Hospital das Clínicas. Não é por acaso que num filme realizado pela produtora cinematográfica Maristela, de Mário Audrá, irmão do deputado federal Artur Audrá, que fizera campanha a favor de Ademar para o governo do Estado, um eleitor pare diante de um painel com cartazes de propaganda colocado de forma a ter o Hospital das Clínicas como moldura (essas imagens estão no filme *Fatos e Não Palavras...*). A figura de Ademar também estava ligada à eletricidade, à extração de minérios, ao café e ao petróleo. De acordo com o espírito desenvolvimentista, o filme termina com a frase: "para acelerar o

progresso do Brasil vote em Ademar".

Em oposição a esse discurso que é construído sobre as qualidades de uma única pessoa, a reflexão sobre o eleitor que deveria votar nesses líderes políticos é diminuta. Raramente temos a sua individualização, como no caso daquele de *Fatos e Não Palavras...*, ou nas campanhas educativas. O que prevalece nas imagens cinematográficas é a massa compacta, crescente, cercando os candidatos populistas, agitada pelos comícios, gritando em uníssono o nome do candidato (efeito que a pobreza do Cinema Brasileiro nunca conseguiu tornar empolgante). As objetivas cinematográficas não se detêm sobre esses homens. Se o fazem é para enaltecer-lhes a pequenez, as suas desigualdades diante daqueles que os ajudarão a se elevar. No filme sobre a campanha de Vargas, em 1950, na partida da Estância de Itu, o ex-ditador "...despede-se da peonada. Um por um desses caboclos humildes e sinceros recebe o abraço do senador que com eles viveu em igualdade, comendo a mesma comida e vivendo a mesma vida simples. É preciso viver com os pequenos para conhecer-lhes as aspirações" (texto de *E Ele Voltou*). Depois de acusar Jânio Quadros de diversos descumprimentos de promessas eleitorais (não baixou o preço do transporte, piorou o abastecimento de gêneros), o narrador do *Bandeirante* sintetiza a decepção ademarista numa frase: "sempre contra os pequenos".

A mobilização maciça da população pelos líderes populistas cristalizou uma tendência que tinha se iniciado no governo de Pedro Ernesto no Distrito Federal (1931-35), alcançando reflexos profundos na campanha de José Américo. A quartelada de 1935, seguida da instauração do Estado Novo, abortou essa política. Mas, a partir do momento em que a campanha de Vargas para a presidência foi desencadeada, a presença das massas nas ruas passou a ser um item do teatro político populista como nunca tinha sido antes visto a nível nacional (Ademar tinha tentado tomar esse lugar, logo depois de 1945, mas a sua vontade política foi impotente para retirá-lo da condição de líder regional). Por exemplo: podem-se comparar as massas que cercam Getúlio Vargas nessa campanha de 1950 pelo país com as de Cristiano Machado, o candidato do PSD (Cristiano Machado foi focalizado

em alguns números pelo cinejornal governamental, o *Cine Jornal Informativo*, órgão que sucedeu ao *Cine Jornal Brasileiro*). As imagens sobre Cristiano Machado se inclinam a exibir o envolvimento do candidato pelos poderosos locais do PSD, demonstram uma fraqueza eloqüente na arregimentação da massa urbana e uma freqüente utilização dos espaços fechados (auditórios das convenções regionais), onde se destaca a elite do partido em detrimento da massa partidária. Todos esses elementos contrastam vivamente com os espaços abertos dos comícios de Vargas e a sua imersão na massa. Para além da campanha, observamos que o discurso de posse de Vargas teve que ser realizado nas escadarias do Palácio Tiradentes, momento cumulativo de sua célebre frase “volto nos braços do povo”.

A sátira política, tendência que fora abandonada pelo Cinema Brasileiro nos seus primórdios em favor do elogio do poder, voltou a ser explorada no período populista pelas chanchadas de Oscarito e Mesquitinha. Jean-Claude Bernardet explorou admiravelmente os aspectos políticos de uma chanchada como *Nem Sansão nem Dalila*, de Carlos Manga (1954, paródia do filme de Cecil B. DeMille, *Sansão e Dalila*), observando as articulações golpistas montadas pelo chefe militar do Reino de Gaza (espaço onde se dá a ação do filme) contra a personagem vivida por Oscarito, uma cópia escarrada de Vargas nos seus gestos e refrões políticos, como a saudação aos “trabalhadores do Brasil”. É surpreendente que esse filme tenha precedido a “República do Galeão” e toda a crise que levou ao suicídio do presidente, dando-lhe um caráter premonitório que só foi percebido recentemente.

Porém, o filme analisado por Bernardet não é único. Em termos gerais, as tensões criadas pela política populista continham no seu limite o espectro do golpe. Foi essa contingência política que outra comédia do período, *Simão, o Caolho*, de Alberto Cavalcanti (1952), anterior a *Nem Sansão*, captou com agudeza. Simão é um pobre-diabo dominado pela esposa megera, Dona Marcolina, com quem se casou e nunca teve filhos. Ele tentou enriquecer por todas as formas e maneiras possíveis, sem trabalhar duro, é claro, na São Paulo dos anos 30 a 50. Para isso, fez uso dos mais diversos expedi-

entes, porém o destino o forçou a uma vida remediada de pequeno-burguês morador de uma vila popular. Da mesma forma que em *Nem Sansão*, é pela passagem da realidade para o sonho que o pobre caolho se torna um homem poderoso. Simão dorme no galinheiro que a mulher mandara consertar. Dorme, sonha e ganha um olho. O olho novo lhe dá o poder de se tornar invisível (nova visão/não visão). Com esse poder, Simão começa a ter o dinheiro que nunca tivera através de grandes falcatruas (entra no vestiário do Jôquei e fica sabendo qual seria o cavalo vencedor numa corrida arranjada; penetra no escritório de grandes pecuaristas e se apossa da metade dos ganhos de um aumento no preço da carne que estava sendo forjado). Os pequenos expedientes praticados a vida inteira se transformam em grandes golpes que lhe trazem fortuna rápida. Milionário, Simão começa a enriquecer os pobres distribuindo dinheiro. Uma fila se forma à porta de sua casa. Essa manipulação da pobreza, típica do arsenal da política populista, faz com que um vizinho de vila anuncie que “Simão é que devia ser o presidente” (cito a frase de memória, mas o sentido é esse). O clamor popular desencadeia o processo: numa reunião de pessoas endinheiradas, o nome de Simão começa a circular como uma nova força política. Num jantar à luz de velas, os ricos convidam Simão a se candidatar à presidência. Este aceita para, claro, “tirar o país do abismo”. Dona Marcolina, à moda de Dona Darcy ou dona Leonor, anuncia que tem um “vasto programa de obras de assistência social”. Uma “caixinha” circula pelos integrantes do jantar, sendo embolsada por Simão. A sua campanha eleitoral é feita à semelhança das campanhas ademaristas: ele aparece ao lado de um ator-sósia de Ademar, como se ele (Ademar) estivesse apresentando Simão à população; Marino Neto, locutor do *Bandeirante da Tela*, empresta a sua voz para um cinejornal que, feito no estilo do *Bandeirante*, anuncia o novo líder das massas; Simão, ao microfone, imita o refrão de Vargas “trabalhadores do Brasil”. Como líder, Simão não tem uma única idéia política a ser dita ao microfone ou expressa às massas em comício. Esse vazio político manifestado pelo populismo no cinema, e que é uma grande interrogação teórica, também está presente em *Nem Sansão* (o discurso político de

Oscarito permanece circunscrito à caricatura da gesticulação varguista). Glauber Rocha retomaria com toda a razão essa visão de vacuidade do populismo em *Terra em Transe*. Simão vence a eleição. Imediatamente ele aparece de bombachas tomando chimarrão, numa outra alusão a Vargas. Simão começa a trabalhar na montagem do ministério. Como Simão é mulhereengo, ele se aproveita do poder para criar um ministério composto somente de “boazudas”, desagradando Dona Marcolina. Esta começa imediatamente a conspirar contra o marido-presidente. Em reuniões secretas onde todos aparecem mascarados e embuçados, a frase maligna é dita por Dona Marcolina: “Precisamos tirar este homem do poder... Eu, Marcolina I assumirei o poder!”. Assim como em *Nem Sansão*, o golpe de Estado aparece como solução para resolver os problemas políticos criados pelo populismo.

Quando Glauber Rocha realizou *Terra em Transe*, em 1967, ele sintetizou de forma radical essa fase da vida nacional rompida com o, agora verdadeiro, golpe de 1964. Em pouco mais de três minutos de narrativa, Glauber dissecou a campanha do líder populista Vieira a governador de Alecrim, estado situado no país imaginário de Eldorado. “Eu não esqueço os pobres...”, declara Vieira enquanto está cercado pelo povo de Alecrim. No plano seguinte Glauber expõe as forças que sustentam a liderança de Vieira: o líder sindical Marinho, o agitador comunista Aldo e o líder camponês Felício, que será eliminado por fazer reivindicações políticas não controladas pelo grupo dirigente. Vieira carrega uma criança em visita a uma área pobre; utilizando-se de cenas de *Maranhão 66*, filme que fez sobre o governo Sarney, Glauber apresenta o carro de Vieira lutando contra a massa compacta que o impede de avançar. De um balcão, Vieira acena para a massa que está sujeitada aos seus pés. Todos os elementos pertencentes ao imaginário do populismo e das campanhas populistas, o “povo” de quem Vieira fala com uma imponência vazia, os “compromissos políticos”, estão sintetizados nesta brevíssima seqüência.

O fim do período populista trouxe novamente o fim das campanhas presidenciais. Restaram as campanhas regionais e para o parlamento. Desta época infame ficaram marcados na memória os “santinhos”

televisivos cuja montagem igualava os “procura-se” dos terroristas ao “votem em fulano de tal”. Este interregno de 25 anos ainda está para ser pesquisado, principalmente nos arquivos das redes de televisão.

Como advertimos, a análise das campanhas televisivas está fora do nosso objetivo. Mas não podemos deixar de lançar algumas comparações para entendermos um pouco o presente. Dentro do espectro dos partidos de centro-direita (PPR e PMDB, notadamente), na última década, e um pouco além, estratificou-se a montagem de campanhas pela TV que, na falta de outra definição, chamarei de ancorada na tradição. Ela se revela na utilização da mesma idéia de continuidade entre homens e administrações, nas mesmas formulações de imagens de obras que serão “tocadas” pela administração seguinte, nas mesmas colocações de uma política de concessão de benefícios, na mesma idealização populista da massa que submerge o líder, sendo por ele manipulada. Essas imagens políticas remontam à República Velha, a Júlio Prestes, sendo agora postas no ar em cores e diariamente. Quércia apresenta Fleury, como Ademar apresentou Garcez, como Washington Luis e Júlio Prestes se abraçavam confiantes no futuro. Maluf, é claro, apresenta-se a si mesmo. As cartelas introdutórias das obras e benefícios utilizadas no cinema mudo, travestidas agora de “vinhetas eletrônicas”, fazem ponto nesses programas envelhecidos e enrijecidos do populismo redivivo.

Do lado dos partidos de esquerda (PT e PCs) há uma utilização de procedimentos paródicos que se organizam como contraposição dependente do universo das imagens dominantes. Curiosamente, a esquerda, que está ausente das campanhas eleitorais através do cinema, abraçou uma bandeira de funda presença na história do Cinema Brasileiro, a paródia. A utilização invertida das vinhetas e programas da TV Globo procura ler para o espectador o negativo irônico daquilo que ele conhece muito bem. Isso nos permite pensar que a paródia, à semelhança do que ocorreu na chanchada, é um procedimento que expõe uma debilidade cultural. Como resistência ao dominante, ela sobrevive pela deglutição cultural do mais forte. Nada disso é revolucionário ou inovador dentro das regras correntes no

mundo capitalista audiovisual. Se as imagens criadas pelos partidos de esquerda na primeira metade da década de 80 produziam algum alvoroço (lembro a vinheta eletrônica da bandeira do PC do B com a "Internacional" como fundo sonoro, ele-

mentos demarcadores da política de um partido que safa de uma longa clandestinidade), hoje isto é insuficiente e politicamente irrelevante. Como ensinou maio de 68, chegou a hora de se ter imaginação para se alcançar o poder.

## FILMOGRAFIA CITADA

(siglas: cp. - companhia produtora; dir. - diretor; p. - produtor)

*Bandeirante da Tela* (números relativos a eleições: *Um Homem Capaz*, *Campanha à Presidência de Ademar*, *Campanha contra Jânio Quadros*, etc.) - cp. Distribuidora Cinematográfica Bandeirante, 1949-55

*Brasil Ilustrado* (número de março) cp. - Nacional Filmes, 1918

*Cerimônias de Posse do Dr. Venceslau Bras, As* - cp. Cine Palais, 1914

*Cine Jornal Brasileiro (Como Votar)* e outros números - p. DIP, 1945

*Cine Jornal Informativo* (vários números de 1950) - p. Agência Nacional

*(Comício em Prol da Candidatura de José Américo de Almeida na Esplanada do Castelo)* - 1937

*Comício Integralista* - p. João Batista Groff, 1937

*Dr. José Américo em Belo Horizonte, O* - cp. Sonofilmes, 1937

*E Ele voltou* - p. A. A. Santana, 1950 (?)

*Era da Renascença Nacional, A* - cp. Botelho e Neto, 1929

*Fatos e Não Palavras...* - cp. Maristela, 1954 (?)

*Fósforo eleitoral, O* - cp. Foto-Cinematográfica Labanca, 1909

*Nem Sansão nem Dalila* - dir. Carlos Manga, 1954

*Novo Governo: Posse do Marechal Hermes, O* - cp. Alberto Botelho, 1910

*Para Ler a sua Plataforma Chega ao Rio de Janeiro o Futuro Presidente da República Dr. Arthur Bernardes* - cp. Carioca Filme, 1921

*Paz e Amor* - cp. William e Cia., 1909-10

*Posse do Novo Governo no Rio Dia 15 de Novembro*, 1914

*Posse do Marechal Hermes, A* - cp. Empresa F. Serrador, 1910

*Recepção Apoteótica ao Presidente Júlio Prestes* -cp. Rossi Filme, 1929

*Rossi Atualidades nº 101* - cp. Rossi Filme, 1926

*Sansão e Dalila (Sanson and Delila)* - dir. Cecil B. DeMille, 1949

*Sigma Filmes (Série)*, 1937

*Simão, o Caolho* - dir. Alberto Cavalcanti, 1952

*Terra em Transe* - dir. Glauber Rocha, 1967

*Viagem do Exmo. Sr. Dr. Arthur Bernardes Presidente do Estado de Minas Gerais à Capital da República onde sua Excia. Vai Expor a sua Plataforma Política, A* - cp. Cine Álbum do Brasil, 1921