

EM DEBATE

Opinião Pública e Conjuntura Política

2010

Um Periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública: Marketing Político e Comportamento Eleitoral

DOSSIÊ: QUAL O IMPACTO DO FILME “LULA,
O FILHO DO BRASIL” PARA A CONJUNTURA
ELEITORAL EM 2010?

Carlos Souza

Edir Veiga

Rudá Ricci

Roberto Corrêa

Paulo Henrique Silva

Bruno Dallari

OPINIÃO

Claudio Penteado et. al.

Ano.2, n.5, Janeiro de 2010 ISSN 2176-4883

Periódico Eletrônico do
Grupo de Pesquisa de “Opinião Pública:
Marketing Político e Comportamento
Eleitoral”

Universidade Federal de Minas Gerais
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627
Campus Pampulha - CEP: 31.270-901
Belo Horizonte - MG - Brasil
Tel: (31) 3409-5007



“LULA, FILHO DO BRASIL”: O FILME, O MARKETING E A CORRIDA ELEITORAL DE 2010

“Lula, o filho do Brasil”: The movie, the marketing and the 2010 electoral campaign.

Roberto Corrêa
Universidade Federal do Pará - UFPa
✉ rocorrea@uol.com.br

Num olhar acrítico e fugidio aos juízos de valor do mundo cinéfilo, o filme não apenas reforça a imagem de Lula, mas também a de Dona Eurídice Ferreira de Melo, a Dona Lindu, a Mãe, a mulher guerreira, a matriarca ao modo nordestino e quiçá ao modo e ser das mães de tantos outros grotões por este Brasil afora de lares assaltados pela pobreza, pela miséria e pela violência doméstica. Lula, o personagem central do filme, é aquele que mesmo sofrendo as intensas agruras da pobreza nordestina dos anos 50 do século passado, migra com o que sobrou de sua família e consegue no horizonte do socialmente possível a sua classe social, vencer na Meca do capitalismo brasileiro em ascensão, a cosmopolita capital do estado de São Paulo, a despeito dos dramas pessoais vividos.

Nos desdobramentos do que a seguir resumo, como sendo a trajetória de participação e luta na construção coletiva de um líder carismático, destaco como pano de fundo desse processo, a conjuntura oportunizada pela competição democrática que se seguiu a decadência dos governos militares, as rachaduras das classes dominantes, e as sucessivas decepções de um eleitorado composto, em sua grande maioria, por cidadãos carentes de um Estado mais desviado, mesmo que só um pouquinho, em direção aos mais pobres. Pois, como dizia Neruda: o maior partido das Américas é o partido dos desesperançados.

Observo na carreira de Lula, e na teimosia do político brasileiro que mais se candidatou à presidência da República (cinco vezes), o despertar de uma consciência de massa que existia em latência e que de repente explode com fôlego a desafiar a

compreensão das elites e o poder do marketing político. A pergunta que nos orienta é a seguinte: Lula, o filho do Brasil; seria o retrato corrido, histórico, de uma *persona* que, diferente das realidades brasileiras, tem a ver, por identidade e similaridade, com os anseios de vida ordinária das pessoas que habitam um planeta escondido, anônimo, adverso, os grotões de miséria e de pobreza?

No filme, Lula aparece reconhecendo, em insistentes *flashbacks* emocionais que relatam os dramas e tragédias de sua vida familiar, a força moral da heroína de plantão, sua mãe e conselheira, cujo exemplo de luta abnegada pela superação da pobreza, jamais deixou de impressioná-lo. Aquilo que parece recurso técnico menor do diretor é, na verdade, apelo às emoções que fustigam os olhos da platéia em busca de lágrimas, dando ênfase aos valores da moral familiar anteriores às ideologias, a moral de outras épocas, hoje em desuso.

Na cena de abertura, a criança Lula, aos seis ou sete anos de idade, vaga no tórrido e desvalido sertão dos Caetés, localidade da Vargem Comprida, município de Garanhuns, interior de Pernambuco, em meio a galinhas, vacas e cabras esqueléticas, em busca de água, ao tempo em que sua mãe na sala de um minúsculo casebre típico daquela região o aguarda na companhia de uma escadinha de sete crianças, seus irmãos e irmãs. Dessas cenas em diante seguem-se as da viagem no “pau-de-arara”, a da chegada a Guarujá-SP, as cenas da violência doméstica patrocinada por um pai analfabeto, bebedor e contrário a que seus filhos freqüentassem a escola. Na compreensão desse pai típico do mundo da exclusão social brasileira dos anos cinquenta, a frase repetida por gerações a fio definia com precisão os papéis atribuídos aos ricos e aos pobres daquele Brasil oligárquico em decomposição: eu não estudei e estou vivendo, filho meu tem é que trabalhar pra me ajudar a sustentar a família. Estudo é coisa de filhinho de papai, de gente rica.

Pois bem, na paisagem social brasileira esse era o drama mais comum que, em combinação com a ignorância atávica e a total ausência de políticas públicas voltadas para a segurança alimentar e a inclusão social, faria com que o menino Lula cedo trabalhasse como tantas outras crianças e jovens pobres desse Brasil que ainda não se foi totalmente, com o agravante de que hoje, esse mesmo jovem, pobre e excluído, tem como opção o ócio televisivo e medíocre, a solidão e os convites a prática da violência e da criminalidade.

Lula começa a trabalhar aos sete anos vendendo laranja no cais em que o pai trabalhava como estivador. Nesse ambiente adverso ao progresso social, talvez se dizendo iluminada por Deus, como, aliás, era comum dizerem as mães pobres dessa época, Dona Lindu abandona o marido e muda-se com os filhos para a cidade grande

em busca das “melhoras” propaladas pelas novelas de rádio e da incipiente televisão. Seguem-se as cenas da viagem e a chegada à capital, São Paulo, bairro da Vila Carioca, indo a família ocupar um cômodo atrás de um bar. Mesmo nesse ambiente de degradação urbana, Lula encontra estímulos para iniciar sua trajetória de vida como empregado de tinturaria, engraxate, auxiliar de escritório e balconista. Aconselhado pela mãe, frequenta por três anos o curso técnico de torneiro mecânico do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), formando-se em 1963 para em seguida empregar-se na metalúrgica Independência, onde trabalhando a noite sofre acidente no qual perde o dedo mínimo da mão esquerda. Em 1966 conhece o chão de uma grande fábrica, a Aços Vilarés e aí, já morando em São Bernardo do Campo, cidade operária do ABC paulista, inicia sua trajetória de sindicalista de expressão nacional rumo à organização do Partido dos Trabalhadores até ser eleito e reeleito à presidência da República, o mais popular desde Juscelino Kubitschek e Getúlio Vargas, com seu governo alcançando um índice de aprovação de 84%, um recorde absoluto em termos de Brasil democrático.

Chega o momento de buscar resposta adequada a pergunta que encima o presente artigo. E como tal, inicio aceitando, menos em tese e mais por pragmatismo ocasional, o argumento defensivo de seu diretor, Fábio Barreto, de que o filme, “Lula, filho do Brasil”, não teve outro objetivo que não o de retratar a história de vida de uma personalidade pública, desde o seu nascimento até a morte de sua mãe. Coincidências eleitorais para 2010, subterfúgios cênicos e omissões outras de preferências éticas ou de posturas anacrônicas ao tempo de militância do sindicalista Lula, não me cabe julgar ou comentar. São questões morais não importantes para analisar a questão principal: o impacto do filme na conjuntura eleitoral de 2010.

Sobre o tema em suspensão, minha resposta é sim. O filme terá impacto na decisão do voto, mormente entre os mais pobres e com menor grau de instrução. Não importa aqui se o brasileiro pobre vai ou não ao cinema. Não importa se o filme está sendo um fiasco de bilheteria. O que se sabe e se constata diariamente é que se o pobre não vai ao cinema, o cinema vai ao pobre, seja via mercado informal, seja via kit-propaganda. O mesmo se pode dizer das camadas médias, as quais por mera curiosidade terão, se quiserem, fácil acesso ao filme. Agora, se a distribuição do filme em si será o bastante para eleger Dilma Rousseff; é outra questão. Transferência de votos embora rara, existe. Ficou provada no caso do Rio de Janeiro, quando Leonel Brizola, no segundo turno das eleições presidenciais de 1989, apoiou Lula contra Collor, transferindo expressiva margem dos votos por ele recebidos no primeiro turno.

Há que considerar, portanto, no contexto eleitoral de 2010, a associação emotiva entre o personagem do filme e a nova consciência das massas. Dentre os fatos

narrados pelo filme e que aproximam a vida de Lula da experiência de vida dos excluídos de hoje, sobressai a cena da morte de sua primeira esposa no parto, algo que ainda ocorre em menor escala em muitos grotões de pobreza. Essa e outras cenas da vida desse personagem retratadas no filme encaixam-se na história social e política do Brasil dos pobres e miseráveis, sejam as cenas da migração forçada, as cenas do alcoolismo, de trabalho infantil, tão comuns ao mundo nordestino de então, mas que ainda hoje causam impactos e comoção solidária.

Com efeito, se as expectativas de um eleitorado como o brasileiro são formadas por fragmentações de interesses e segmentação social, parece lógico afirmar que o filme atingirá de forma diferenciada esse mosaico de emoções latentes. Influir para que o somatório das opiniões médias tenda para Dilma ou para a oposição, é algo que depende das concepções estratégicas dos formuladores de marketing dessa batalha eleitoral. A personalidade de Lula e os compromissos da continuidade programática de seu governo expressas no apoio a candidatura de Dilma são importantes, mas não suficientes. Para que essa adjunção feminina, ideológica e programática do projeto petista tenha efeito, é necessário que a candidata conquiste respaldo junto às faixas mais amplas de um eleitorado socialmente balcanizado e geograficamente disperso. Com isto quero dizer que o filme dá conta de harmonizar as emoções históricas, sociais e culturais. Os interesses, entretanto, não estão contemplados na fita e dependem do desempenho dos candidatos frente aos meios de comunicação e informação, incluindo além da imprensa, do noticiário da televisão, a internet, os SMS, o e-mail, o *twitter*, o blog, o *facebook*, o corpo a corpo, e tudo o mais que compõe nosso universo político atual. Em outras palavras, como qualquer maioria expressa no léxico “opinião pública”, a nacional e brasileira, movida por interesses de curto prazo, estará sujeita a graves e patéticas oscilações. O palanque eletrônico, o debate, a entrevista, a figuração no programa eleitoral e nos eventos públicos, contarão e muito para o desfecho eleitoral de campanha dos candidatos.