

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

# ENTREATOS POLÍTICOS

*Carlos André Migliorini*

ORIENTADOR  
PROF. DR. MILTON JOSÉ DE ALMEIDA

OLHO  
LABORATÓRIO DE ESTUDOS AUDIOVISUAIS

2007

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

## ENTREATOS POLÍTICOS

Autor: Carlos André Migliorini  
Orientador: Prof. Dr. Milton José de Almeida

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação defendida por Carlos André Migliorini e aprovada pela Comissão Julgadora.

Data: 27/02/2007

Assinatura: \_\_\_\_\_

Orientador

COMISSÃO JULGADORA:

\_\_\_\_\_  
Agueda Bernardete Bittencourt

\_\_\_\_\_  
Laura Maria Coutinho

\_\_\_\_\_  
Maria do Céu Diel de Oliveira (suplente)

\_\_\_\_\_  
Wenceslão Machado de Oliveira Júnior (suplente)

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca  
da Faculdade de Educação / Unicamp**

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| M588e      | Migliorini, Carlos André .<br>Entreatos políticos / Carlos André Migliorini .- Campinas, SP: [s.n.],<br>2007.<br><br>Orientador : Milton José de Almeida.<br>Tese (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de<br>Educação.<br><br>1. Memória. 2. Propaganda. 3. Consumo. 4. Indústria cultural. 5. Religião.<br>I. Almeida, Milton José . II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade<br>de Educação. III. Título. |
| 07-024/BFE |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

**Título em inglês:** Between political acts.

**Keywords:** Memoirs; Advertising; Consumption; Cultural Industry; Politics; Religion

**Área de concentração:** Educação, Conhecimento, Linguagem e Arte

**Titulação:** Mestre em Educação

**Banca Examinadora:** Prof. Dr. Milton José de Almeida

Profa. Dra. Laura Maria Coutinho

Profa. Dra. Maria do Céu Diel de Oliveira

Prof. Dr. Wenceslão Machado de Oliveira Júnior

**Data da Defesa:** 27/02/2007

**Programa de Pós-Graduação:** Educação

**e-mail:** amigliori@hotmail.com

## **[Resumo]**

Esta dissertação de mestrado versa, de maneira experimental, sobre a memória da dominação ocidental e suas persistências manifestadas em dois artifícios sócio-político-culturais, duas ideologias dominantes e intercambiáveis: o Catolicismo – da Alta Idade Média, e o Capitalismo, suas dispersões e ressonâncias através do tempo-espço histórico. Subproduto da pulsante atmosfera eleitoral democrática que dominou o Brasil em 2002, por ocasião das eleições presidenciais daquele ano, o filme *Entreatos – Lula a 30 dias do Poder*, de João Moreira Salles, e seu contexto são tomados como o fio de Ariadne de uma narrativa que busca entender a realidade presente através de uma "rede de imagens" comum aos cidadãos que tiveram e têm tido suas almas educadas pelas escolas da Religião e da Política: as economias da eterna indústria do poder.

## **[Abstract]**

In an experimental way, this dissertation addresses the memory of the occidental domination and its persistence expressed in two social-political-cultural artifices, two dominant and interchangeable ideologies: Catholicism – in the High Middle Age, and Capitalism, their dispersions and resonances throughout historical time-space. Subproduct of the pulsating democratic electoral atmosphere that dominated Brazil in 2002, for the occasion of the presidential elections of that year, João Moreira Salles's film *Intermission* and its context are taken as Ariadne's Thread of a narrative that intends to understand the present reality through a "net of images" common to the citizens whom souls had and have been educated by the schools of Religion and Politics: the economies of the everlasting industry of power.



Com amor, à Ana e Carlos

*Grazie,  
per avermi dato  
la luce dell'argento vivo...*

## **Imensos Agradecimentos**

a Milton José de Almeida, pela inspiração e generosidade infinitas.

a Agueda Bernardete Bittencourt, Laura Maria Coutinho, Wenceslão Machado de Oliveira Júnior e Maria do Céu Diel de Oliveira, pela leitura atenta e pelos comentários e contribuições fundamentais.

a todos os pesquisadores e alunos do Laboratório de Estudos Audiovisuais – Olho, da Universidade Estadual de Campinas, em especial a Priscilla Figueiredo, pela diligência e pelo incentivo contagiantes.

a Etienne Samain, pela confiança e disposição.

a André Favilla, Mariana Dorsa e Marcus Gebin, pela interlocução preciosa e fraterna.

## [Sumário]

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Advertimento .....                                            | 09  |
| Anteatos .....                                                | 10  |
| Entreatos .....                                               | 18  |
| São Bernardino e seus Discípulos – Bastidores da Memória..... | 64  |
| Depois dos Atos .....                                         | 156 |
| Entrescripts – <i>Anexos I</i> .....                          | 165 |
| A Posse da Persistência – <i>Anexos II</i> .....              | 196 |
| Notações .....                                                | 204 |
| Bibliografia Relacionada .....                                | 232 |

*Oh, o senhor sabe muito bem que a vida é cheia de absurdos,  
os quais, descaradamente, nem sequer precisam parecer verossímeis.  
E sabe por quê? Porque esses absurdos são reais.  
(Luigi Pirandello, Seis personagens à procura de um autor)*

## [Advertimento]

Essa dissertação de mestrado é um *experimento*. Assim como acredito deveriam ser desenvolvidas as pesquisas no ambiente das humanidades, esta investigação não traz resultados, traz resultantes. A distinção etimológica destes dois termos é sutil, a semântica é decisiva para o êxito desta tentativa. Me explico: como resultados, entendo as forças que compelem à conclusão, ao objetivo, ao fim, categorias incontestes do estreito reino das verdades absolutas. Como resultantes, entendo as potências transformadoras da *invenção* que estimulam a imaginação e a libertação, movimentos pululantes no universo duvidoso do Conhecimento. Um *experimento* honesto que vise a obtenção real de Conhecimento deve buscar a sua realização nesta condição inconclusa.

Assim como proposta, cabe ao leitor desta dissertação lançar-se atento às imagens verbais e não-verbais das páginas que se seguem, procurando preencher ele próprio, com as imagens da sua memória, as lacunas de significação que hão de surgir. Neste trajeto interpretativo é importante que não se deixe escapar uma referência sequer. As notas, legendas e observações do texto não constituem um subtexto. Com efeito, são chaves de expansão que colocam em movimento o turbilhão que conduzirá a experiência da leitura.

Nos escritos a seguir, não tive a pretensão de dar conta das inúmeras possibilidades e enraizamentos da memória da dominação ocidental, ainda que restrita ao Catolicismo – da Alta Idade Média, e ao Capitalismo, suas dispersões e ressonâncias através do tempo-espaço histórico. O que pretendi foi, através da *Arte da Memória*, tentar aglutinar, de modo não-linear, acronológico, textos e imagens relacionados à religião, à política, à propaganda, ao consumo e à Indústria Cultural; todos amontoados sobre o evento-motivo das eleições presidenciais de 2002, alegoricamente representado pelo documentário *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*, de João Moreira Salles. Neste sentido, *Entreatos* e seu amplo contexto são tomados como o fio de Ariadne de uma narrativa que busca entender a realidade presente através de uma “rede de imagens” comum aos cidadãos que tiveram e têm tido suas almas educadas pelas escolas da religião e da política: as economias da eterna indústria do poder.

**[Anteatos]**

*...o homem é um animal político, mais social do que as abelhas e outros animais que vivem em comunidade. A natureza, que nada faz em vão, só a ele concedeu o dom da palavra, dom que se não pode confundir com o de emitir sons. Os sons mais não são do que a expressão de sensações agradáveis ou desagradáveis que os outros animais, tal como nós próprios, são capazes de emitir. A natureza dotou-os com um órgão limitado para esse feito; mas, pela nossa parte, temos, além disso, senão o conhecimento desenvolvido, pelo menos o sentimento obscuro do bem e do mal, do útil e do prejudicial, do justo e do injusto, para manifestação dos quais nos foi concedido especialmente o órgão da palavra. É esta troca das palavras que é o laço de união de qualquer sociedade doméstica e política. O Estado, ou a sociedade política, é mesmo o primeiro objecto que a natureza se propôs. O todo é, necessariamente, anterior à parte. As sociedades domésticas e os indivíduos mais não são do que partes integrantes da Cidade, totalmente subordinadas ao corpo na sua totalidade, perfeitamente distintas pelas suas capacidades e pelas suas funções e completamente inúteis se se separam, semelhantes às mãos e aos pés, que, uma vez separados do corpo, só conservam o nome e a aparência, sem qualquer realidade, como acontece com uma mão de pedra. O mesmo se passa com os membros da Cidade; nenhum se pode bastar a si próprio. Quem quer que seja que não tenha necessidade dos outros homens ou que não seja capaz de viver em comunidade com eles ou é um deus ou um animal. Desta forma, a própria inclinação natural conduz todos os homens a este género de sociedade. O primeiro que a instituiu trouxe-lhes o maior de todos os bens. Mas, assim como o homem civilizado é o melhor de todos os animais, também aquele que não conhece nem justiça nem leis é o pior de todos. Sobretudo, não existe algo de mais intolerável do que a injustiça armada. As armas e a força são, por si próprias, indiferentes perante o bem ou o mal: é o princípio que as move que qualifica o seu uso. Servir-se delas sem qualquer direito, e unicamente para satisfazer as suas paixões gananciosas ou luxuriosas, é atrocidade e malvadez. O seu uso só é lícito em favor da justiça. O discernimento e o respeito do direito constituem a base da vida política e os juizes são os seus primeiros órgãos. (Aristóteles. Tratado da Política, Lisboa: Publicações Europa-América, 1977, pp. 8-9)*

*A injustiça avança hoje a passo firme.  
Os tiranos fazem planos para dez mil anos.  
O poder apregoa: as coisas continuarão a ser como são.  
Nenhuma voz além da dos que mandam.  
E em todos os mercados proclama a exploração: isto é apenas o  
meu começo.*

*Mas entre os oprimidos muitos há que agora dizem:  
Aquilo que nós queremos nunca mais alcançaremos.*

*Quem ainda está vivo nunca diga: nunca.  
O que é seguro não é seguro.  
As coisas não continuarão a ser como são.  
Depois de falarem os dominantes  
Falarão os dominados.  
Quem pois ousa dizer: nunca?  
De quem depende que a opressão prossiga? De nós.  
De quem depende que ela acabe? Também de nós.  
O que é esmagado, que se levante!  
O que está perdido, lute!  
O que sabe ao que se chegou, que há aí que o retenha?  
Porque os vencidos de hoje são os vencedores de amanhã.  
E nunca será: ainda hoje.  
(Brecht, Bertolt. *Poemas*, Lisboa: Editorial Presença 1973, p.61)*

*Para imaginar é preciso estar vivo, os mortos não o podem mais. Para entender um pequeno momento disperso em tantos anos de história, imagino a vida e a história das coisas e dos homens para poder percebê-las em suas infinitas e concretas aparições neste presente de hoje e a partir deste mesmo presente. Imaginar é exercer uma sagrada liberdade cívica e política. Imagino o passado e tento reviver nele o futuro obscurecido no momento de suas inúmeras mortes. Não só o futuro presente originado na obra de cada um daqueles autores que nasceram e viveram em lugares diferentes, não se conheceram e quase incomunicáveis, participaram em corpo do mesmo espaço e tempo terrestre, mas também o meu/nosso futuro, não como adivinhação ou previsão, mas como uma dimensão do passado que, como este futuro, só existe no presente como possibilidade em processo de realização, quero dizer, real. (Almeida, M. J. de, *Cinema - A arte da memória*, Campinas: Autores Associados, 1999, pp.1 e 2)*



*O sono do líder é agitado. A mulher sacode-o até acordá-lo do pesadelo. Estremunhado, ele se levanta, bebe um gole de água. Diante do espelho refaz uma expressão de homem de meia-idade, alisa os cabelos das têmporas, volta a se deitar. Adormece e a agitação recomeça. "Não, não!" debate-se ele com a garganta seca. O líder se assusta enquanto dorme. O povo ameaça o líder? Não, pois se líder é aquele que guia o povo exatamente porque aderiu ao povo. O povo ameaça o líder? Não, pois se o povo escolheu o líder. O povo ameaça o líder? Não, pois o líder cuida do povo. O povo ameaça o líder? Sim, o povo ameaça o líder do povo. O líder revolve-se na cama. De noite ele tem medo. Mas o pesadelo é um pesadelo sem história. De noite, de olhos fechados, vê caras quietas, uma cara atrás da outra. E nenhuma expressão nas caras. É só este o pesadelo, apenas isso. Mas cada noite, mal adormece, mais caras quietas vão se reunindo às outras, como na fotografia de uma multidão em silêncio. Por quem é este silêncio? Pelo líder. É uma sucessão de caras iguais como na repetição monótona de um rosto só. Nas caras não há senão a inexpressão. A inexpressão ampliada como em fotografia ampliada. Um painel e cada vez com maior número de caras iguais. É só isso. Mas o líder se cobre de suor diante da visão inócua de milhares de olhos vazios que não pestanejam. Durante o dia o discurso do líder é cada vez mais longo, ele adia cada vez mais o instante da chave de ouro. Ultimamente ataca, denuncia, denuncia, denuncia, esbraveja e quando, em apoteose, termina, vai para o banheiro, fecha a porta e, uma vez sozinho, encosta-se à porta fechada, enxuga a testa molhada com o lenço. Mas tem sido inútil. De noite é sempre maior o número silencioso. Cada noite as caras aproximam-se um pouco mais. Cada noite ainda um pouco mais. Até que ele já lhes sente o calor do hálito. As caras inexpressivas respiram - o líder acorda num grito. Tenta explicar à mulher: sonhei que... sonhei que... Mas não tem o que contar. Sonhou que era um líder de pessoas vivas. (Lispector, Clarice. *O Líder*, em: *Os melhores contos*, São Paulo: Global, 1998, pp.230 e 231)*

*O governo do mundo começa em nós mesmos. Não são os sinceros que governam o mundo, mas também não são os insinceros. São os que fabricam em si uma sinceridade real por meios artificiais e automáticos; essa sinceridade constitui a sua força, e é ela que irradia para a sinceridade menos falsa dos outros. Saber iludir-se bem é a primeira qualidade do estadista. Só aos poetas e aos filósofos compete a visão prática do mundo, porque só a esses é dado não ter ilusões. Ver claro é não agir. (Pessoa, Fernando. Livro do Desassossego. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, p.267)*

*Neste momento, em que os políticos nos quais os adversários do fascismo tinham depositado as suas esperanças jazem por terra e agravam sua derrota com traição à sua própria causa, temos que arrancar a política das malhas do mundo profano, em que ela havia sido enredada por aqueles traidores. Nosso ponto de partida é a idéia de que a obtusa fé no progresso desses políticos, sua confiança no "apoio das massas" e, finalmente, sua subordinação servil a um aparelho incontrolável são três aspectos da mesma realidade. Essas reflexões tentam mostrar como é alto o preço que nossos hábitos mentais têm que pagar quando nos associamos a uma concepção da história que recusa toda cumplicidade com aquela à qual continuam aderindo esses políticos. (Benjamin, Walter. Sobre o conceito da história, em: Walter Benjamin - Obras Escolhidas - Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.227)*

*Por trás de todas as formas de arranjo da sociedade e de organização dos poderes encontra-se, sempre presente, governando os bastidores, a 'teatrocracia'. Ela regula a vida cotidiana dos homens em coletividade. É o regime permanente que se impõe aos diversos regimes políticos, revogáveis, sucessivos. Ela deve este nome a um russo de múltiplos talentos e atividades, mas desconhecido – exceto de Beckett que recebeu sua influência ao estabelecer o teatro da zombaria – Nicolau Evreinov. Sua tese, expressa a partir de ilustrações extremamente variadas, monta um tribunal teatral para todas as manifestações da existência social, notadamente as do poder: os atores políticos devem 'pagar seu tributo cotidiano à teatralidade'. (...) Esta última expressão tem, de sua origem grega, um duplo sentido: o de agir e o de representar o que está em movimento a fim de provocar a descoberta das verdades escondidas em todos os assuntos humanos. A constatação do parentesco existente entre as palavras 'teoria' e 'teatro' completa a lição, pois transmite o mesmo ensinamento. Ela sugere que o primeiro modo de teorizar é de caráter dramático. A vida social, as transposições efetuadas pelos atores do drama e a teoria têm ligação; juntos, compõem e expõem uma mesma ordem da realidade. (Balandier, Georges. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982, p.4)*



Foto: Lula Marques – Folha de São Paulo, quinta-feira, 2 de janeiro de 2003. Especial Governo Lula, p.8.

*Já são esperados, com ânsia, os primeiros sinais sobre o que fará e sobre quem se colocará ao seu lado, depois do dia da posse em primeiro de janeiro. Na verdade, muitos suspeitam que o vitorioso 'approach soft', inspirado na esquerda italiana e francesa, não seja outra coisa que uma pele de cordeiro colocada temporariamente sobre o velho pêlo do lobo. Sorridente como nunca se viu, com o olhar encantado de quem vê um sonho impossível se tornar realidade, Lula passou o dia mais importante da sua vida lendo os versos de Carlos Drummond de Andrade, grande poeta brasileiro do século XX. Em uma de suas poesias mais famosas ele diz: "E agora José? A festa acabou, a luz apagou, o povo sumiu, a noite esfriou, e agora José?". E agora Lula? (La Repubblica, Roma: 27 de outubro de 2002 – tradução de Carlos André Migliorini)<sup>1</sup>*

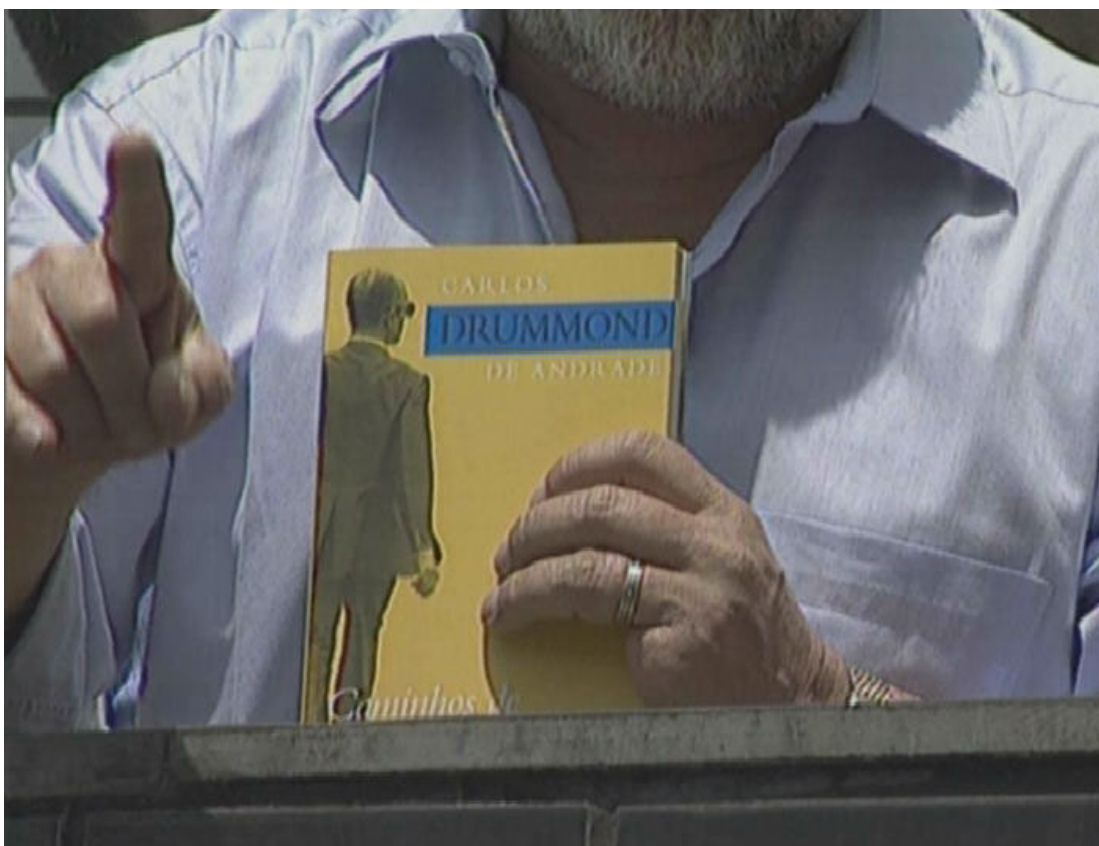


Foto: documentário “Lula, o Presidente” – Versátil Home Video / Editora Jornal do Vídeo Ltda., 2003. Na sacada de sua cobertura duplex, em São Bernardo do Campo, Luiz Inácio Lula da Silva segura o livro Caminhos de João Brandão de Carlos Drummond de Andrade.<sup>2</sup>

*Este é tempo de partido, tempo de homens partidos. Em vão percorremos volumes, viajamos e nos colorimos. A hora pressentida esmigalha-se em pó na rua. Os homens pedem carne. Fogo. Sapatos. As leis não bastam. Os lírios não nascem da lei. Meu nome é tumulto, e escreve-se na pedra. Visito os fatos, não te encontro. Onde te ocultas, precária síntese, penhor de meu sono, luz dormindo acesa na varanda? Miúdas certezas de empréstimo, nenhum beijo sobe ao ombro para contar-me a cidade dos homens completos. Calo-me, espero, decifro. As coisas talvez melhorem. São tão fortes as coisas! Mas eu não sou as coisas e me revolto. Tenho palavras em mim buscando canal, são roucas e duras, irritadas, enérgicas, comprimidas há tanto tempo, perderam o sentido, apenas querem explodir. (Andrade, Carlos Drummond de. *Nosso Tempo*, Parte I, em: *Antologia Poética*, Rio de Janeiro: Record, 1989, pp. 119 e 120)*

**[Entreatos]**

*“Se quiséssemos apreender o que a  
humanidade realmente é, em sua essência,  
bastaria observá-la em tempos de eleição.”*  
(Mark Twain, *Autobiografia*)<sup>3</sup>

Segunda, terça, quarta, quinta... após quatro dias de intensa expectativa, é chegada mais uma sexta-feira promissora, como todas as outras, graças ao fim-de-semana que se aproxima com seu descanso semanal remunerado e os preciosos momentos de lazer. Depois de passados dois anos de uma eleição presidencial histórica para a democracia brasileira, você, cidadão, eleitor, perpassa os olhos acostumados pelas páginas de um jornal de circulação nacional como quem revê o já visto. A cada página, a arte do *mais do mesmo*; reproduções de palavras, fotos e ilustrações. Fatos políticos, econômicos, sociais e culturais, escolhidos e organizados num espectro de realidade: juro, pandemia, barbárie, governo, Lula, protesto, crítica, FHC, salário mínimo, decreto, troca, votação, cassação, Rolex, exportação, Maluf, Alca ou Mercosul, Al Qaeda, CIA, paramilitares, pedofilia, tortura, petróleo, inflação, câmbio, lucro, bancos, Brasil Telecom, galináceos e bovinos, desmatamento, Juscelino Kubitschek, *consumo*, tiros, OAB, justiça desportiva, futebol, tomara que caia, Lei Rouanet, BNDES, são algumas das imagens diagramadas e impressas, na edição do dia<sup>4</sup>, para informar o que acontece no arbitrário mundo da notícia – mais um dos rentáveis negócios da *indústria cultural*.<sup>5</sup>

Persistente, você chega à capa do caderno de cultura e se depara com um título que o convida para a leitura de uma matéria que, contrariando o costume, está na página E4, mais adiante: *“Produções jogam holofotes em Lula – Documentaristas João Moreira Salles e Eduardo Coutinho comentam as diferenças entre o personagem e o presidente.”* Logo abaixo, no espaço costumeiramente destinado à matéria, lê-se um luminoso anúncio no formato *rouba-página*<sup>6</sup>: *“Papai Noel sempre foi a sua casa. Retribua a visita. Visite a cozinha, a sala, a casa do Papai Noel. E, claro, aproveite para cumprimentar o dono da casa.”*<sup>7</sup>



ESCALA DE AVALIAÇÃO  
 \*\*\*\*\* Ótimo  
 \*\*\*\* Bom  
 \*\*\* Regular  
 \*\* Ruim  
 \* Pessimo

**FOLHA ILUSTRADA**

PÁGINA E 1 • SÃO PAULO, SEXTA-FEIRA, 26 DE NOVEMBRO DE 2004

Documentaristas João Moreira Salles e Eduardo Coutinho comentam as diferenças entre o personagem e o presidente

**Produções jogam holofotes em Lula** → LULA a pág. 14

**VILLA**

PAPAI NOEL SEMPRE FOI À SUA CASA.  
RETRIBUA A VISITA.

VISITE A COZINHA, A SALA, A CASA DO PAPAI NOEL.  
E, CLARO, APROVEITE PARA CUMPRIMENTAR O DONO DA CASA.

**LOBOS**

SHOPPING  
 VILLA-LOBOS

Av. das Nações Unidas, 4.777, Alto de Pinheiros - www.shoppingvilla-lobos.com.br

Folha de São Paulo, 26 de novembro de 2004, Folha Ilustrada – página E1.

Emotivo e sentimental, no melhor espírito do Natal, o espaço comprado por um *shopping center* da capital é um sutil puxão de orelha, pronto a recordar: não seja mal-educado, lembre que o velhinho barbudo-bonachão mora por aqui e espera a sua visita.



*“Os que negam o poder de condicionamento da publicidade (dos mass media em geral) não apreenderam a lógica particular de sua eficácia. Não mais se trata de uma lógica do enunciado e da prova, mas sim de uma lógica da fábula e da adesão. Não acreditamos nela e todavia a mantemos. No fundo a "demonstração" do produto não persuade ninguém: serve para racionalizar a compra que de qualquer maneira precede ou ultrapassa os motivos racionais. Todavia, sem "crer" neste produto, creio na publicidade que quer me fazer crer nele. É a velha história do Papai Noel: as crianças não mais se interrogam sobre a sua existência e jamais a relacionam com os brinquedos que recebem como causa e efeito - a crença no Papai Noel é uma fabulação racionalizante que permite preservar na segunda infância a miraculosa relação de gratificação pelos pais (mais precisamente pela mãe) que caracterizara as relações da primeira infância. Esta relação miraculosa, completada pelos fatos, interioriza-se em uma crença que é o seu prolongamento ideal. Esse romanesco não é artificial pois se funda no interesse recíproco que as duas partes têm em preservar essa relação. O Papai Noel em tudo isso não tem importância e a criança só acredita nele porque no fundo não tem importância. O que ela consome através desta imagem, desta ficção, deste álibi – e em que acreditará mesmo quando deixar de crer – é o jogo da miraculosa solicitude dos pais e as cutelas que tomam para serem cúmplices da fábula. Os presentes somente sancionam tal compromisso. A operação publicitária é da mesma ordem. Nem o discurso retórico, nem mesmo o discurso informativo sobre as virtudes do produto têm efeito decisivo sobre o comprador. O indivíduo é sensível à temática latente de proteção e de gratificação, ao cuidado que "se" tem de solicitá-lo e persuadi-lo, ao signo, ilegível à consciência, de em alguma parte existir alguma instância (no caso, social, mas que remete diretamente à imagem da mãe) que aceita informá-lo sobre seus próprios desejos, preveni-los e racionalizá-los a seus próprios olhos. Portanto ele não "acredita" na publicidade mais do que a criança no Papai Noel. O que não o impede de aderir da mesma forma a uma situação infantil interiorizada e de se comportar de acordo com ela. Daí a eficácia bem real da publicidade, segundo uma lógica que, apesar de não ser a do condicionamento-reflexo, não é menos rigorosa: a lógica da crença e da regressão.”<sup>8</sup>*

Acreditando ou não em Papai Noel, acreditando ou não em propaganda, você quer virar a página, quer continuar e nem se dá conta de que leva consigo o compromisso de retribuir a visita. Afinal, quem seria capaz de uma desfeita dessas?

*“O marketing, como sustentam os autores americanos ainda em voga, é guerra. E para se conseguir o sucesso, especialmente numa guerra total, é preciso antes de mais nada preparar*

*cuidadosamente o terreno. Por exemplo, criando um desconforto psicológico no target (público-alvo). Para obter esse resultado, não existe nada melhor que a "sensação de débito" e a sua relativa sensação de culpa. Um vírus tão contagioso que a extrema facilidade com a qual se difunde se iguala somente à extrema relutância das instituições em debelá-lo: realmente isso é extremamente funcional à coesão social em torno da autoridade. Existem grupos, instituições, sociedades, culturas inteiras, aglomerados humanos de várias identidades e histórias, todos fundados na sensação de culpa. Como o marketing poderia negligenciar um instrumento de persuasão tão potente?"*<sup>9</sup>

De olho na capa do caderno de cultura, as luzinhas pisca-piscas nos pinheiros enfeitados do anúncio estão ofuscadas pelos *holofotes em Lula*. Aquele compromisso com Papai-Noel começa a se tornar *outro*. Você se lembra que sempre foi um cidadão exemplar. Acabou de participar das recentes eleições municipais e anteriormente, em 2002, até trabalhou como mesário nas eleições que elegeram, pela primeira vez na história brasileira, um ex-sindicalista para Presidente da República: uma inesquecível festa da democracia<sup>10</sup>.

Você sempre cumpriu seu dever, votou, e tendo ou não tendo, sua escolha sido ratificada democraticamente pela vontade da maioria, o importante é que a política rege a vida em sociedade e, nesse momento, intensos fachos de luz estão direcionados justamente sobre a encarnação maior desse poder: o Excelentíssimo Senhor Presidente Luiz Inácio “Lula” da Silva.

De novo, você revê o já visto. Essa repetição, ao invés de manter a cegueira dos olhos acostumados, parece ter conseguido acabar com o entorpecimento habitual. De uma só vez, como o clarão de uma lâmpada acesa inesperadamente num quarto escuro, você passa a ver o que não via, passa a sentir o que não sentia. Se lembra do sentido dos títulos das matérias perpassadas a pouco, lembra das promessas dos candidatos em campanha, lembra que viu em outros olhos o que está sentindo na própria pele: apesar da mudança, nada mudou. A eterna esperança do ditado popular, aquela que na propaganda da campanha eleitoral vencida o medo<sup>11</sup>, não está presente, está moribunda na memória de tantas e tantas eleições. Os reflexos da consciência já não clareiam, incomodam. O que será do futuro? Você quer ver adiante. Na página virada, mais luzes. Os *FLASHES* da coluna social destacam duas estudantes de cinema – uma delas, filha do então ministro do Trabalho

Ricardo Berzoini – responsáveis pela realização de um evento latino-americano de *cinema universitário*.

*FLASH* sobre o estilista responsável pelo guarda-roupa do casal presidencial. *FLASH* sobre o pequeno João, neto recém-nascido do presidente, ou “mais um Lulinha”, como salienta hereditariamente o próprio jornal. Entre a descrição das notas breves, ao redor da página, emoldurando o glamoroso *savoir-vivre* da nova corte, um título em especial no canto superior *esquerdo* da página, chama sua atenção:

*“PEPINO. O PT deve chegar ao fim do ano com uma dívida de cerca de R\$ 50 milhões na praça, por causa das campanhas municipais. O cálculo foi feito depois de uma reunião do tesoureiro do partido, Delúbio Soares, com tesoureiros de todos os Estados. Os pepinos devem estourar no colo de Delúbio, fiador de muitas despesas municipais. No cálculo estão incluídas despesas de R\$800 mil da campanha de Luiziane Lins, em Fortaleza, e despesas de cerca de 1,5 milhão de Lindberg Farias em Nova Iguaçu, no Rio.”*<sup>12</sup>

É sexta-feira, e você não quer saber de nenhum tipo pepino. Rapidamente, você vira a página à procura da matéria da capa do caderno de cultura e, finalmente, depois de páginas de expectativa, a reportagem informa que hoje, às vésperas do final de semana, acontece a estréia nacional de dois documentários tendo Lula como figura central. Com o sugestivo título “*os Homens do Presidente*”<sup>13</sup>, a matéria também traz uma sucinta entrevista com os diretores dos filmes: *Peões*, dirigido por Eduardo Coutinho<sup>14</sup>, conhecido por dar voz às almas ignoradas, enfoca os companheiros de Lula durante o movimento sindical da região do ABC no final da década de 70; e *Entreatos*, dirigido por João Moreira Salles, talentoso filho de banqueiro, embaixador e ministro, que já registrou o cotidiano de bandidos, policiais<sup>15</sup> e pianistas<sup>16</sup>, revela os bastidores da reta final da campanha eleitoral que levou Lula ao Palácio do Planalto.



cultura, ou será a persuasão disfarçada, assim como acontece nos divertidos e despretensiosos trocadilhos das campanhas publicitárias, motes inesquecíveis, *slogans* eficazes, que primeiro aprendemos a aplaudir, depois passamos a repetir, repetir... repetir em diversas situações do dia-a-dia, falando em voz alta e voz baixa, até chegarmos prontos, *auto-sugestionados*, ao momento da escolha, da compra?

*Homo sapiens*, somos todos consumidores. Compramos produtos, serviços e ideologias: das marcas dos alimentos presentes no café da manhã às tramas das telenovelas e/ou distintivos do futebol noturno na TV, passando por automóveis, roupas, celulares, quaisquer outros objetos de desejo e poder, religiões, crenças, partidos, candidatos e regimes políticos, somos, *a priori*, consumidores de idéias.

*Homo consumus*, mesmo quando nos damos por satisfeitos, ou insatisfeitos, continuamos a consumir idéias *quase nunca exclusivamente nossas*. Idéias que dêem corpo a nossos estados de espírito<sup>18</sup> e justifiquem a redenção da próxima escolha, da futura aquisição, perante a nossa própria inteligência e a dos outros a nossa volta. Assim vivemos, em sociedade, consumindo as coisas e a nós mesmos em plena consumição.<sup>19</sup>

Nos domínios da razão, o raciocínio precede a ação, a idéia antecipa o ato, a transformação, a Liberdade. Toda escolha, ainda que pareça inofensiva, banal, irracional ou impulsiva, é uma escolha política, com poder de ação e transformação.

Você já não consegue ver a nítida linha que separava jornalismo e propaganda, informação e persuasão<sup>20</sup>. Intrigado e perplexo, entre pensamentos, idéias, o fim-de-semana e os documentários sobre o *negócio das almas* e a *alma dos negócios*<sup>21</sup>, você tem pelo menos uma certeza: você decidiu, vai ao cinema. Você escolheu ir ao encontro da luz...

*“Por debaixo esgotos sobre o solo  
Nada e por cima fumo  
Ali vivemos nós sem gozo nem consolo.  
Depressa passamos nelas. E, devagar, também elas seguem  
O nosso rumo.”*

(Bertolt Brecht. *Das Cidades*)<sup>22</sup>

Por caminhos urbanos, você vai por meandros de asfalto e concreto, calçadas, ruas, passarelas, avenidas e viadutos. Seus olhos acostumados perpassam intransponíveis muros, grades, fachadas e pessoas, cidadãos como você. A cidade é um grande jornal cheio de imagens, repetições organizadas, página após página, esquina após esquina, você olha e não vê.

Olha o sinal fechado e não vê. Você simplesmente pára. Sobre sua cabeça paira um imenso telão eletrônico. Você olha. Nele, Papai Noel cruza os ares com suas renas e seu trenó. A reboque, as mais variadas vinhetas comerciais de produtos e serviços: bancos, automóveis, celulares, bebidas, alimentos, seguro saúde, educação, cosméticos, etc., etc. e etc. É natal.

Olha adiante e não vê calçados nas crianças que transitam na contra-mão entre os automóveis no semáforo. O que elas fazem ali, subvertendo a diagramação da cidade? *Elas pedem*. Você quer virar a página. Quer continuar. Você tem um compromisso com hora marcada. A sessão começa dentro de 20 minutos e a luz não sabe esperar.

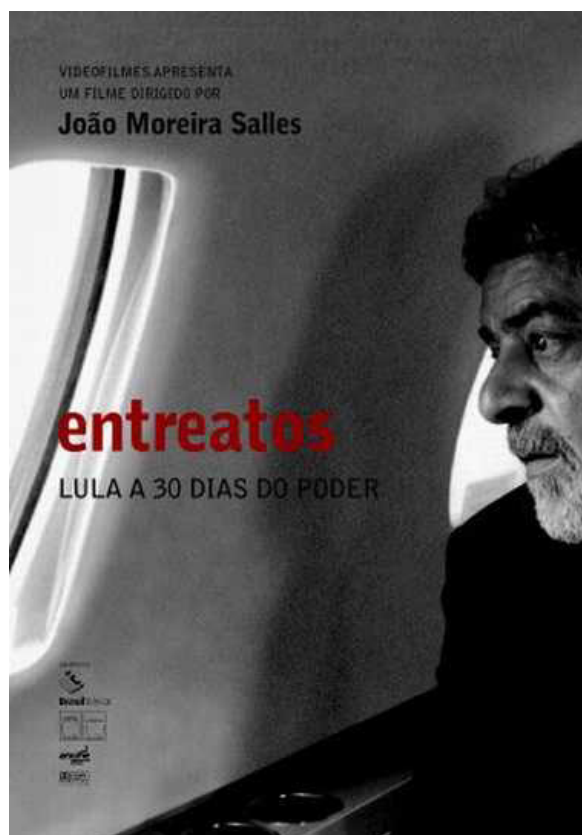
Verde! O sinal aberto libera o caminho para seguir em frente. Falta só mais uma quadra, você vira à esquerda, olha, não vê a hora de estar sentado na poltrona do cinema. Você precisa chegar a tempo, acelera e apressado vai parar somente na bilheteria.

Você já não é mais o último. Alívio... A fila aumenta, surgem as perguntas: o que terá trazido todas essas pessoas até aqui? Será o fim-de-semana, o caderno de cultura, a sétima arte, o acaso, o *consumo*, ou será algo a ver com aquela sinistra atração exercida pela luz sobre os insetos<sup>23</sup>? Qual sentimento moveu cada uma delas? Serão todos iguais? Todas essas pessoas estão sentindo exatamente o que você sente?

Algo está diferente. O incômodo continua, você faz perguntas e quer respostas.

Diante da bilheteria, seu reflexo na transparência do vidro, estranhamente sobreposto à imagem da atendente, lembra que chegou a sua vez de botar a mão no bolso. Você pagou pelo jornal, lembra? Paga pela diagramação da cidade, pelas vias públicas e suas iluminações, pelas faixas de pedestres, pelos semáforos, praças, parques... Paga taxas e impostos para a organização e manutenção do Município, do Estado e da União. Vota, escolhe seus representantes políticos, e paga para que os direitos e deveres democraticamente constituídos sejam assegurados a você e a todos os outros concidadãos.

É fim-de-semana e o lazer um momento sagrado<sup>24</sup>. Olhos, mãos, alma e bolso acostumados, você paga pelo ingresso, entra no cinema e dá de cara com Lula. Sentado, iluminado pela claridade que vem de uma janela, ele olha para fora, para o infinito. Um olhar apático, perdido na própria busca. Que busca é essa? Ele também parece incomodado, mas permanece imóvel, voltado para a luz, perfilado para você, ele olha e não vê. *Entreatos – Lula a 30 dias do poder* é o que está escrito sobre essa imagem que serve de cartaz para divulgação do filme.



Cartaz de divulgação do filme *Entreatos – Lula a 30 dias do poder* (2004).<sup>25</sup>

Ingresso na mão, você vai em direção a sala de projeção. Mas antes, *bonbonnière*, cheiro de manteiga, pipoca e mais cartazes, estes anunciando as próximas atrações. Você não está numa sala de cinema qualquer, você está dentro de um ambiente conceitual, um *multiplex*: um complexo de salas de exibição, com excelentes recursos cinematográficos, onde se destacam principalmente, o conforto, a qualidade e a modernidade<sup>26</sup>.

Seus passos sobre o carpete macio e felpudo dos corredores relembram as crianças descalças na contra-mão. O contraste relembra a pergunta: o que será do futuro?

A sétima arte é uma das maravilhas do mundo capitalista e você também já não consegue ver a nítida linha que separava arte e mercadoria<sup>27</sup>. Dentro desse incrível *shopping* de produtos e serviços, onde a principal mercadoria são as idéias, imagens fantásticas em movimento, gigantes de luz e som projetados, você escolhe onde vai confortavelmente se sentar para consumi-los; e *vice-versa*. A sala não está tão cheia quanto se imaginava. As pessoas continuam a entrar. A maioria traz sacolas de lojas cheias de *embrulhos*. É Natal. A intensidade da luz dentro da sala diminui. Na tela, a luz surge: são as propagandas. Incansável, entre produtos, serviços e idéias, Papai Noel colossal continua seu testemunho: é Natal!

A luz diminui mais um pouco. Começam os *trailers*. Entre eles, uma fábula natalina: *O Expresso Polar*.



Cartaz norte-americano de divulgação do filme *O Expresso Polar* (2004).<sup>28</sup>

Você se lembra que leu naquele mesmo caderno de cultura que se trata de uma adaptação do livro homônimo de Chris van Allsburg, escritor norte-americano que a mais de 25 anos se dedica a literatura infantil. A matéria, reprodução traduzida do jornal *The*



*New York Times*, destacava que a produção poderia ser considerada um marco para a indústria do cinema: “... existe uma revolução escondida dentro desse filme ‘para a família’, aparentemente inócuo. É bem possível que ‘O Expresso Polar’ mude toda a maneira como os filmes são criados e vistos. (...) filme que leva uma presença humana real para dentro de um mundo virtual. Nesse processo, o filme elimina muitos dos elementos mais básicos do fazer cinema: não há sets caros, iluminação complexa nem câmera volumosa. Na realidade, não existe película. O Expresso Polar só chega ao celulóide na etapa final de produção, quando é transferido do disco rígido do computador para a película, com ajuda de uma impressora a laser.”<sup>29</sup>

A reprodução do jornal nova-iorquino termina dizendo que: “O maior risco comercial consiste em ter apostado um orçamento que, ao que consta, teria chegado a US\$ 160 milhões na possibilidade de que o público ainda consiga fazer uma conexão emocional com os personagens.”<sup>30</sup>

A crítica do filme, essa feita pela reportagem local, começa com o título ‘*Quem acredita em Papai Noel?*’, e conclui: “O problema da produção, que estréia hoje nos cinemas do país, está na sua temática, a cansada ladainha da “magia do Natal”. Mas, quando a competição pela (milionária) atenção das crianças envolve monstros engraçados, peixes falantes e – uau! – super-heróis dos gibis, fala sério, quem vai ligar para o velhote barrigudo? Mas Hanks, que é produtor-executivo do filme, além de interpretar cinco personagens diferentes, insistiu que a história “simples, mas complicada”, baseada num livro ricamente ilustrado de Chris van Allsburg (Nova Fronteira) precisava ser levada às telas. Garoto perde a fé em Papai Noel. Durante a noite de Natal, um trem pára diante da porta de sua casa e o transporta para uma viagem (com volta a tempo de abrir os presentes) ao pólo Norte. Antes que me acusem de mal-humorado, ou pior, desprovido do espírito natalino, vale dizer que o uso das técnicas digitais por vezes impressiona os olhos. São lindos o enorme trem expresso, o “travelling” de câmera com uma alcatéia de lobos e, vá lá, a terra de Papai Noel. Mesmo assim as expressões faciais e movimentos dos atores não convencem, parecem saídos de um videogame. Sem falar no discurso “não é necessário ver para crer”, que soa até constrangedor em um país que não viu, mas acreditou nas tais armas de destruição em massa...”<sup>31</sup>

Escuro total. Finalmente vai começar *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*.<sup>32</sup>



Foto: Eduardo Knapp – Folha de São Paulo, quinta-feira, 2 de janeiro de 2003, p.A1, capa.

*“Teremos que manter sob controle as nossas muitas e legítimas ansiedades sociais para que elas possam ser atendidas num ritmo adequado e no momento justo. Teremos que pisar na estrada com os olhos abertos e caminhar com passos pensados, precisos e sólidos, pelo simples motivo de que ninguém pode colher os frutos antes de plantar as árvores. (...) Creio em um futuro grandioso para o Brasil, porque a nossa alegria é maior do que a nossa dor. A nossa força é maior do que a nossa miséria. A nossa esperança é maior do que o nosso medo. (...) Ser honesto é mais do que apenas não roubar. É também aplicar com eficiência e transparência, sem desperdícios, os recursos públicos focados em resultados sociais concretos. Estou convencido de que temos, dessa forma, uma chance única de superar os principais entraves ao desenvolvimento sustentado do país. E*

*acreditem, acreditem mesmo, não pretendo desperdiçar essa oportunidade conquistada com a luta de muitos milhões e milhões de brasileiros e brasileiras. (...) O que nós estamos vivendo hoje nesse momento, meus companheiros e companheiras, meus irmãos e minhas irmãs de todo o Brasil, pode ser resumido em poucas palavras: hoje é o dia do reencontro do Brasil consigo mesmo. Agradeço a Deus por chegar até onde cheguei. Sou agora o servidor público número um do meu país. Peço a Deus sabedoria para governar, discernimento para julgar, serenidade para administrar, coragem para decidir e um coração do tamanho do Brasil para me sentir unido a cada cidadão e cidadã deste país no dia a dia dos próximos quatro anos. Viva o povo brasileiro!”* (trechos do discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva durante o ato de posse no Congresso Nacional).<sup>33</sup>

*“Em nenhum momento vacilarei em cumprir cada palavra que Zé Alencar e eu assumimos durante a campanha. Durante a campanha não fizemos nenhuma promessa absurda. O que nós dizíamos, eu vou repetir agora, é que nós iremos recuperar a dignidade do povo brasileiro. Recuperar a sua auto-estima e gastar cada centavo que tivermos que gastar na perspectiva de melhorar as condições de vida de mulheres, homens e crianças que necessitam do Estado brasileiro. (...) Podem ter a certeza mais absoluta que um ser humano pode ter, quando eu não puder fazer uma coisa eu não terei nenhuma dívida de ser honesto com o povo e dizer que não sei fazer, que não posso fazer e que não tem condições, mas eu quero que vocês também carreguem a certeza que eu, em nenhum momento da minha vida, faltarei com a verdade com vocês que confiaram na minha pessoa para dirigir este país por quatro anos. Tratarei vocês com o mesmo respeito que eu trato os meus filhos e os meus netos, que são as pessoas que a gente mais gosta e eu quero propor isso a vocês: amanhã estaremos começando a primeira campanha contra a fome neste país. É o primeiro dia de combate à fome e eu tenho fé em Deus que a gente vai garantir que todo brasileiro e brasileira possa todo santo dia tomar café, almoçar e jantar porque isso não está escrito no meu programa, isso está escrito na Constituição Brasileira, está escrito na Bíblia, está escrito na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Isso, nós vamos fazer juntos.”* (trechos do discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no parlatório, após o ato de posse no Congresso Nacional).<sup>34</sup>

*"Na época de Homero,  
a humanidade oferecia-se em espetáculo aos deuses olímpicos;  
agora, ela se transforma em espetáculo para si mesma.  
Sua auto-alienação atingiu o ponto  
que lhe permite viver sua própria destruição  
como um prazer estético de primeira ordem.  
Eis a estetização da política, como pratica o fascismo."  
(Walter Benjamin)<sup>35</sup>*

O fim-de-semana é uma promessa distante. Você está no coração da cidade, sentado num banco de praça pública, no centro geográfico da capital. A partir desse artifício político calculado – *marco zero* – a cidade escolheu *inscrever* sua História nas letras das atas, livros e jornais, na arquitetura de seu urbanismo, nas imagens de fotos, filmes e nas memórias de suas almas<sup>36</sup>. Outro artifício político o trouxe até aqui: a burocracia com seus tentáculos modernos, a tecnocracia, o obrigaram a fazer essa *folga*. No guichê da repartição pública, depois de ter enfrentado a fila, você foi informado que a espera seria inevitável. Você pensa: ótimo! Mas agora, sentado sozinho nesse banco de praça, um pensamento martelador, uma voz invisível chega para lhe fazer companhia: tempo é dinheiro! E *é belo, porque é uma libertação...*<sup>37</sup>. Você quer ir embora, quer voltar ao trabalho. Lembrou que seu saldo de horas trabalhadas está sofrendo mais um desconto, e nesse caso, menos significa mais. Impossibilitado, sem opção, você espera. Sua imaginação continua...

Acostumado às praças internas dos *shopping centers* e outros espaços privados destinados à circulação e ao convívio público dos cidadãos, consumidores de idéias, produtos e serviços, você se dá conta de que não se lembrava mais dessa região da cidade<sup>38</sup>. Muita coisa está diferente, mas a Catedral Metropolitana com suas agulhas góticas, o austero Palácio da Justiça e o tradicional Fórum persistem em suas formas inconfundíveis, dando uma sensação atemporal ao espaço. Você olha em torno: uma multidão se entrecruza

por toda a praça, em todos os sentidos e direções. Pessoas andando, paradas, sentadas e de pé, todos são parte de uma imagem caótica em pleno movimento, uma coreografia perfeita, sem ensaio, o improvisado. Soam sinos...

A surpresa das badaladas captura sua atenção. Houve um tempo em que o som dos trovões, vindo dos céus, trazia consigo a mesma magia. Um poder que depois de compreendido foi subvertido em técnica para que pudéssemos nos surpreender. Daí vieram tambores, trompas, sinos, apitos, sirenes, alarmes, sinais de todo tipo, inclusive os visuais, pinturas, letras, esculturas, a fotografia, o cinema, variações de linguagem, símbolos do engenho humano, da inteligência, do domínio e da dominação. Sua memória ressoa<sup>39</sup>...

O coração esquecido da cidade volta a bater forte. A sua volta você pode sentir, ver e ouvir a multidão em comoção, aos gritos, pedindo por eleições *Diretas Já!* Uma manifestação até então *adiada* pelo governo de um regime militar autoritário. Um evento histórico programado e planejado por um Comitê Suprapartidário, para ser documentado, fotografado, filmado e televisionado. Um “comício-monstro”<sup>40</sup> no coração da cidade: dois artifícios políticos fantásticos, um dentro de outro, imagens surpreendentes, inesquecíveis. Memórias de esperança, de um futuro com dias melhores, desejos irradiados a partir do centro da megalópole para todos os brasileiros e brasileiras nos quatro cantos do país. Por que se esperou 20 anos? Por que tanto tempo para uma reivindicação fundamental?

A democracia e a cidadania precisam de conjunções astrais para acontecer, ou é tudo uma questão de escolha, bastando que a vontade política de uns poucos apalancados se apresente diante da vontade induzida de milhões?





Foto: Carlos Fenerich – vista superior da Praça da Sé, São Paulo, Capital, durante comício pelas Diretas Já! (fevereiro, 1984).<sup>41</sup>

*“25 de janeiro de 1984. O cenário é a Praça da Sé, centro da cidade de São Paulo. O Brasil ansiava pela democratização e pelas eleições diretas. Movimentos se espalhavam por todo país, mas a campanha das diretas somente conquista as ruas depois do histórico comício de 25 de janeiro. Marcado para o dia do aniversário da cidade de São Paulo, o primeiro grande comício da campanha por eleições diretas para presidente foi organizado por Franco Montoro, governador paulista. Participaram também diversos partidos políticos de oposição, além de lideranças sindicais, civis e estudantis. A expectativa era das mais tensas. O governo militar tentava minar o impacto do evento. O dia estava chuvoso. Aos poucos, a praça foi lotando e, no final, cerca de 300 mil pessoas gritavam por "Diretas já!" no centro da cidade. Além de políticos também estiveram presentes artistas como Christiane Torloni, Fernanda Montenegro, Gilberto Gil, Alceu Valença, Regina Duarte, Bruna Lombardi, Fafá de Belém e Chico Buarque de Holanda. O jornalista Osmar*

*Santos anuncia a presença do governador Franco Montoro. O idealizador do comício pelas diretas estava acompanhado dos governadores Iris Resende, José Richa, Nabor Junior e Leonel Brizola. Os presidentes do PMDB, Ulisses Guimarães, e do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, também estão presentes. Também estavam presentes o senador Fernando Henrique Cardoso, presidente regional do PMDB, e o prefeito de São Paulo, Mário Covas, que fez um emocionado discurso pedindo um minuto de silêncio para homenagear Teotônio Vilela, morto em 27 de novembro do ano anterior. Teotônio morreria bem no dia da primeira manifestação pública em favor das eleições diretas. Aquele foi mesmo um dia de nenhuma comemoração, em que 15 mil pessoas compareceram em frente ao estádio do Pacaembu. Bem diferente da manifestação da Praça da Sé. "Me perguntaram se aqui estão 300 ou 400 mil pessoas. Mas a resposta é outra: aqui estão presentes as esperanças de 130 milhões de brasileiros." (Franco Montoro Filho). Logo após o discurso de Montoro o Hino Nacional começa a ser cantado na Praça, que agora era só do povo. Com o sucesso do comício em São Paulo todos os governadores de oposição resolveram fazer o mesmo. Foi com o evento paulista que ficou comprovado o anseio popular. A partir de fevereiro, os comícios pelas eleições diretas foram se sucedendo nas principais capitais do país. No dia 16 de abril, pouco antes da votação das diretas, realizou-se um último comício em São Paulo. Só que desta vez, a Praça da Sé parecia muito pequena. Foi escolhido o vale do Anhangabaú, que recebeu uma multidão estimada em mais de 1,5 milhão de pessoas. Foi a maior manifestação política jamais vista no país. ”<sup>42</sup>*

Ressoam os sinos... sua memória soa...

Você se lembra das imagens iniciais de *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*. Elas reaparecem em sua mente como reproduções, duplicatas recentes se confundindo com imagens, sentimentos, lembranças das *Diretas Já!* O clima político, a euforia, a participação apaixonada e a esperança... em ambos os tempos as emoções são bem aproximadas, havia um consenso *quase* universal por sobre as cabeças: era chegada a hora da mudança.

No momento das *Diretas Já!* esse sentimento havia ganhado corpo, em 1º. de janeiro de 1979, pela *vontade* política do então presidente Gen. Ernesto Beckmann Geisel que no final de seu mandato extinguiu o cruel e violento<sup>43</sup> AI-5<sup>44</sup> (Ato Institucional de Número 5), como um benevolente, discreto aceno à mudança com a restituição das liberdades individuais.

Seguindo esse sinal, em 15 de março de 1979, o então recém-presidente eleito indiretamente, Gen. João Batista de Oliveira Figueiredo, reafirmava em seu discurso de posse perante o Congresso, seu propósito de “*fazer desse país uma democracia*”.<sup>45</sup> Estas palavras se confirmaram, em 25 de junho de 1982, quando o congresso aprovou o “emendão”: um conjunto de leis político-eleitorais que dava início a redemocratização do país.<sup>46</sup> Figueiredo passaria a ser o último dos presidentes militares, ainda que o “emendão” não tivesse extinguido o colégio eleitoral e o processo indireto da eleição presidencial. Nesse ambiente de prudência, de reabertura política controlada:

*“Em abril de 1983, o deputado Dante de Oliveira, do PMDB de Mato Grosso, apresentou na Câmara uma proposta de emenda constitucional restabelecendo as eleições diretas para a presidência da República em novembro de 1984, prática extinta em outubro de 1965 pelo Ato Institucional nº 2, editado pelo marechal Castelo Branco. Embora inicialmente não tenha tido muita repercussão na Câmara, a emenda Dante de Oliveira, como ficou conhecida, começou a mobilizar a opinião pública e as lideranças parlamentares de oposição, produzindo também grande impacto no seio do partido governista, onde crescia o descontentamento com o governo Figueiredo. A partir de então, começou a ganhar corpo a proposta de estabelecimento de um pacto político entre as correntes oposicionistas e os descontentes do PDS comprometidos com a retomada da legalidade com vistas a lançar um candidato de consenso à presidência da República, em pleito direto a ser realizado em novembro de 1984.”*<sup>47</sup>

Nessa fresta aconteceu a campanha pelas *Diretas Já!* Pensada como um instrumento de pressão popular organizado, uma espécie de propaganda política reversa, no sentido de sensibilizar e convencer governo e parlamentares que a democracia não podia esperar, era urgente, era preciso restituir ao povo o direito do voto direto para presidente. A exclamação do *slogan* presente nas bandeiras, faixas, painéis, cartazes, adesivos e discursos, havia sido literalmente incorporada, ganhando vida *legítima* nos gritos em uníssono das multidões – “*um, dois, três, quatro, cinco mil, queremos eleger o presidente do Brasil!*” – e na grandeza visual das massas<sup>48</sup>. Cada participante dos comícios, showmícios, passeatas e manifestações, cada leitor de revistas e jornais, cada ouvinte de rádio, telespectador, havia se tornado um vendedor, um propagandista, um fiel cabo eleitoral das *Diretas Já!* Cada cidadão havia se tornado um veículo das idéias de redemocratização e pelas cidades,



povoados e comunidades era *quase* impossível de se encontrar uma opinião que fosse publicamente destoante ou contrária.

*“A emenda Dante de Oliveira foi votada na Câmara em 25 de abril de 1984, em sessão que durou 16 horas e na qual o PDS (Partido Democrático Social, ex-Arena, acrescida de políticos oriundos do antigo MDB, e presidido pelo então senador José Sarney) cumprindo determinações do palácio do Planalto, retirou do plenário 113 parlamentares. Mesmo assim, 298 congressistas votaram a favor, 65 contra e três se abstiveram, faltando, portanto, apenas 22 votos favoráveis para que fosse atingido o total de 320 - 2/3 da composição da Câmara - necessário à aprovação da emenda, condição prévia para envio ao Senado.”*<sup>49</sup>

Decepção. Você não queria se lembrar disso, mas a memória é como a luz, não sabe esperar (lembra?), e o fracasso de um dos maiores movimentos políticos-sociais da história do Brasil surge vivo no presente: a voz do povo não foi ouvida e sua vontade permaneceu só *vontade... Diretas Já!* somente cinco anos mais tarde, em 1989, com a eleição direta do presidente Fernando Collor de Mello.

Sua vontade era ir embora, voltar ao trabalho, mas a burocracia faz você esperar sentado nesse banco de praça pública, no mesmo cenário que abrigou o ato de centenas de milhares que, como você, tinham uma vontade que não pôde se realizar de imediato, e quando se realizou, trouxe consigo a velha conhecida decepção.

De repente um ânimo reconfortante toma conta de você: *“Eu sou brasileiro e não desisto nunca.”* Ultimamente, você tem visto e ouvido estas palavras de incentivo e esperança com um *certa* frequência. Nos jornais, rádios, televisão, cinema, *outdoors* e até na internet, o *slogan*<sup>50</sup> *“O MELHOR DO BRASIL É O BRASILEIRO”*<sup>51</sup> está martelantemente presente. Sem perceber, você começa a cantarolar:

*“Veja  
Não diga que a canção está perdida  
Tenha em fé em Deus, tenha fé na vida  
Tente outra vez...”*

*Beba*

*Pois a água viva ainda está na fonte  
Você tem dois pés para cruzar a ponte  
Nada acabou...*

*Tente*

*Levante sua mão sedenta e recomece a andar  
Não pense que a cabeça agüenta se você parar,  
não não não não  
Há uma voz que canta, uma voz que dança, uma voz que gira,  
bailando no ar...*

*Queira*

*Basta ser sincero e desejar profundo  
Você será capaz de sacudir o mundo, vai  
Tente outra vez...*

*Tente*

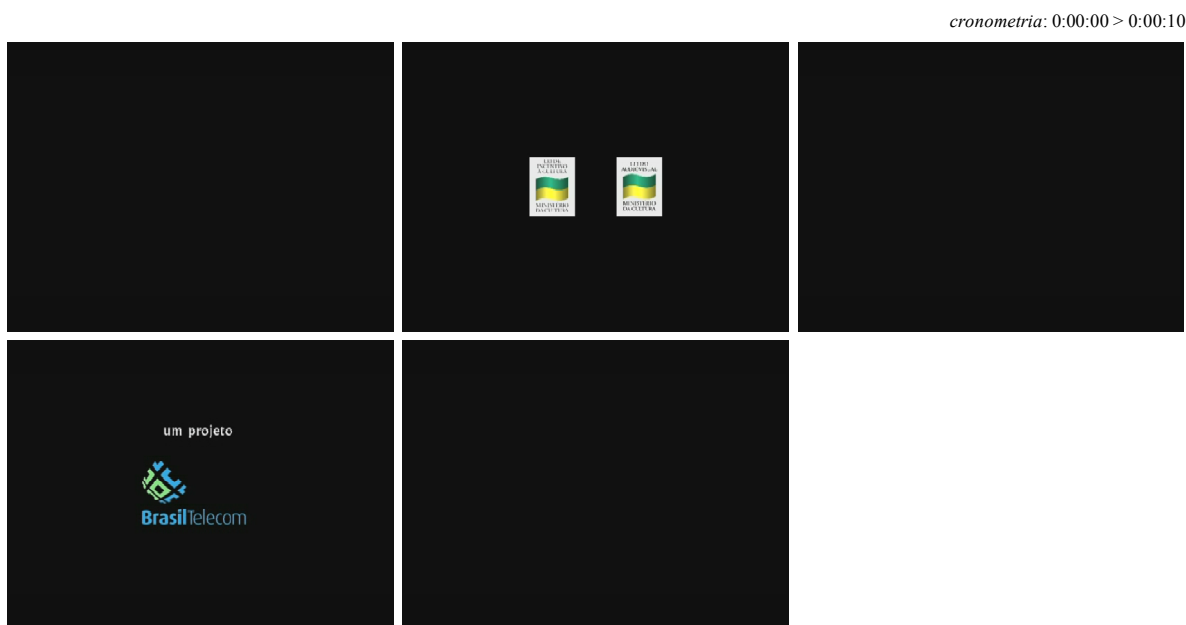
*E não diga que a vitória está perdida  
Se é de batalhas que se vive a vida  
Tente outra vez... ”<sup>52</sup>*

Você se lembra das eleições de 2002, do medo, da vitória da esperança, do vencedor Lula. Persistente, depois de *tentar outra vez* em 1989, 1994, 1998, em 2002, Lula foi eleito Presidente da República Federativa do Brasil com aproximadamente 53 milhões de votos<sup>53</sup>, o segundo maior número de votos válidos já recebidos por um candidato em toda a história da democracia mundial.<sup>54</sup>

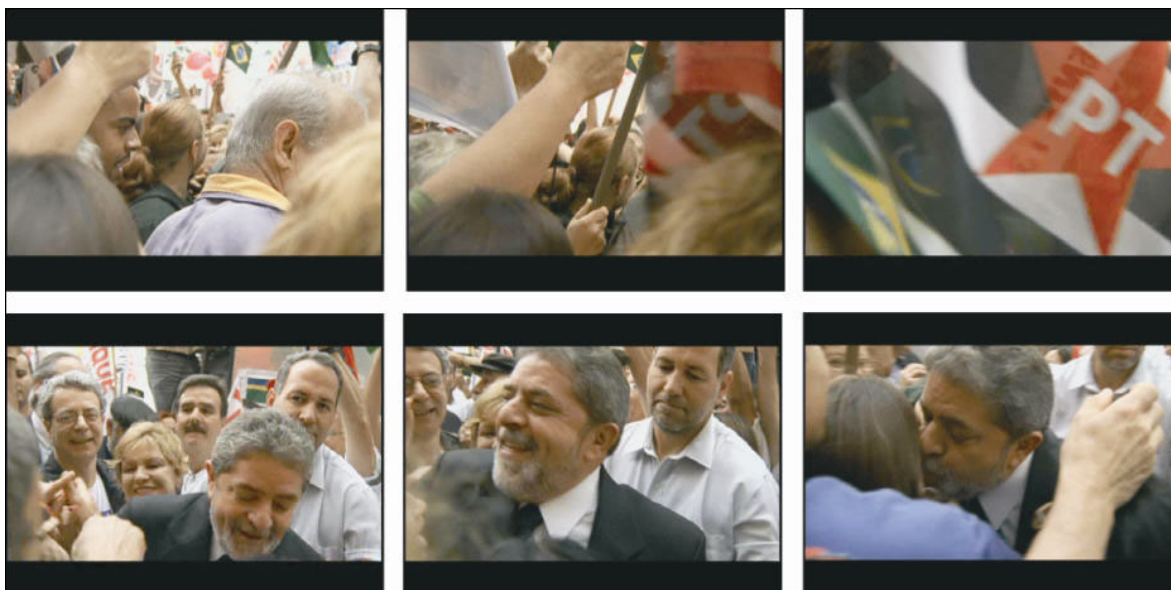
Nas eleições de 2002, a vibração era a mesma do movimento pelas *Diretas Já!* A mudança era exclamada com força nas peças de propaganda eleitoral, nas rádios, televisões, nas ruas, comícios, nos gritos dos indivíduos e das multidões: *Agora é Lula!* Esse era o *slogan* da vez.

As imagens iniciais de *Entreatos*, agora mais nítidas, revoltam, ressurgem em memória com a mesma força e atenção do ressoar das badalas dos sinos ocultos nas alturas dos campanários; sinos-sinais-marcas, imagens que você não vê, mas ouve, recorda, e então vê!

*Entreatos – Lula a 30 dias do poder* começa com essa magia subvertida: no escuro total da sala de cinema, as logomarcas do Ministério da Cultura, Lei de Incentivo à Cultura (vulga Rouanet) e Lei do Audiovisual<sup>55</sup>, surgem e desaparecem suavemente<sup>56</sup>. Na sequência e com a mesma suavidade, surge a logomarca Brasil Telecom<sup>57</sup> sob o título: “*um projeto*”. Junto com a sutileza desses sinais do artifício político, um público e o outro privado, surge a primeira *imagem* de fato: é o *chamado* de uma voz invisível. Misturada à confusão de uma massa sonora eufórica, essa voz em OFF<sup>58</sup> se sobressai através da *força* dos milhares de *watts* fornecidos por uma potente aparelhagem de som, lembra? Eis a magia... a técnica, a tecnologia:



“...Visita de casa em casa, porque tá faltando um por cento de voto pro Lula ganhar no primeiro turno, e nós...”



...vamos ganhar esse um por cento de voto até o dia seis. O Lula tá acabando de chegar aqui. Vamos recebê-lo.”

De quem é essa voz? Quem faz esse *chamado* aos milhares? Quem lidera esse movimento de motivação para que sejam feitas visitas “*de casa em casa*”, como fazem os pedintes, os comerciantes ambulantes de cosméticos, *utilidades* domésticas, enciclopédias e títulos, os amoladores, vendedores de bíblia<sup>59</sup>, evangelizadores, catequizadores, políticos em campanha e seus cabos eleitorais – oportunistas, mercadores de idéias que fazem do “*de porta em porta*” a sua profissão de fé e de renda?

Essa voz altiva que conclama a conquista e a vitória, é a voz eletronicamente amplificada de José Dirceu<sup>60</sup>, o coordenador-geral da campanha de Lula à presidência. Apalancado, José Dirceu, braço direito de Lula, faz as vezes do mestre-de-cerimônias, *reanimando* as almas presentes em um comício em que Lula está acabando de chegar em meio a multidão, acompanhado pela mulher, um clérigo<sup>61</sup>, guarda-costas e a comitiva. Ao mesmo tempo que estimula a audiência, José Dirceu arregimenta novos cabos eleitorais para a linha de frente da campanha que está num momento decisivo.<sup>62</sup>

Da mesma forma que é possível se aproveitar da *força* dos milhares de *watts* da aparelhagem de som, é possível se aproveitar da *força* humana de milhares – mais uma vez o cidadão, eleitor, é *chamado* a ser um veículo propagador de idéias, consumidor & vendedor ao mesmo tempo<sup>63</sup> – *Homo sapiens consumus venalis*.

*Agora é Lula!* é a idéia da vez que deve ser oferecida em escala, reproduzida, amplificada, ganhando as ruas, avenidas e praças de toda cidade. Depois dos espaços públicos, essa idéia deve ganhar os espaços privados: *de casa em casa*, de mente em mente, até alcançar os corações, donde ressurgirá, então, com força redobrada, nos gritos e nos gestos apaixonados do eleitor convicto, cidadão que pela *força* da lei será levado diante da urna, no dia da eleição, para confirmá-la: *Agora é Lula!*

Eis a magia, a técnica, a política, o domínio: a democracia.

*"Atualmente, os técnicos participam dos negócios, os tomadores de decisões (como se diz) racionalizam as escolhas, os planejadores orientam, os dados são guardados em bancos e os computadores calculam, a política se torna explicativa a fim de mostrar os limites do razoável; e no entanto a representação continua. O mistério pelo qual um poder se constitui e subordina permanece intacto; 'operadores' o formam, efeitos o mantêm e sustentam, práticas rituais marcam o seu lugar - à parte - e o tornam espetacular. Como no tempo das sociedades arcaicas ou tradicionais. A entrada na era do desencantamento parece não haver abalado nada a afirmação de Valéry de que o domínio do político é aquele em que "tudo se sustenta apenas por magia" conserva sua força. A reivindicação de racionalidade, a tecnização dos meios do poder não modificaram este campo de ação em que a razão e a ciência têm pouco a ver e a fazer. Porque a relação política permanece de uma outra natureza, que ela se estabelece sobre outra coisa: os dispositivos simbólicos, as práticas fortemente codificadas conduzidas segundo as regras do ritual, o imaginário e suas projeções dramatizadas. É através desses artifícios que se efetua o domínio da sociedade, enquanto que o da natureza se realiza segundo convenções e procedimentos diferentes: produzem as imagens de uma supra-realidade que não coincidem com aquelas que a realidade social poderia impor – se isso fosse possível. (...) as massas podem agora ser associadas à dramaturgia política. Os regimes totalitários dispõem de regentes que fazem o melhor e mais constante emprego desse ator coletivo, maciço."*<sup>64</sup>



Foto: Ministro da Propaganda Nazista Dr. Joseph Goebbels discursando em palanque – Jewish Virtual Library.<sup>65</sup>

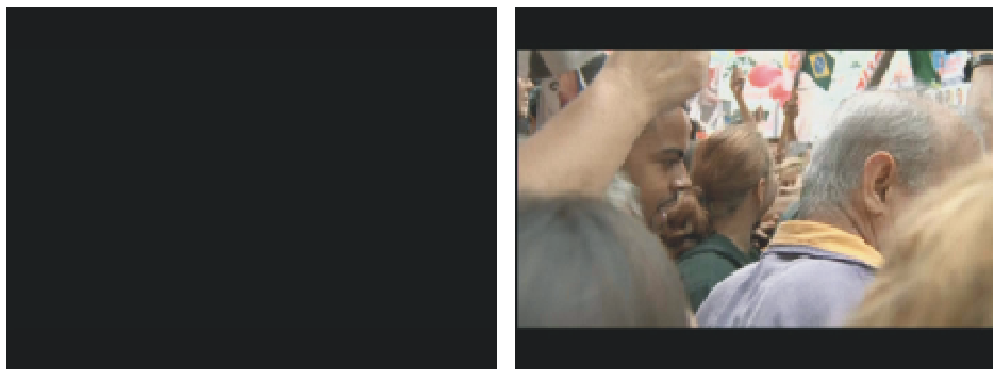
*"Que jamais a chama brilhante do nosso entusiasmo se apague, que sozinho tem dado luz e calor para a criativa arte da moderna propaganda política. Isto vem da morte das pessoas e do fundo das pessoas sempre tem que se achar novamente suas raízes e sua força. Pode ser bom possuir o poder baseado na força, mas é melhor ganhar e segurar o coração das pessoas."*<sup>66</sup>

Você relembra da surpreendente aparição das primeiras imagens em movimento de *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*. Uma surpresa é quase sempre inesquecível<sup>67</sup>: na escuridão, um estrondo de luz trouxe aos olhos a visão do que só era escutado pelos ouvidos e visto pela imaginação. A massa sonora sobreposta pela voz de José Dirceu toma toda a tela, se torna massa visual: bandeiras, cabeças, gritos, braços, gestos, um alvoroço. É o povo. Tal qual os sinos, Zé Dirceu permanece invisível, sua voz não.

O diretor do filme é talentoso, lembra? Conhece bem a técnica, a linguagem, a edição, a escrita do cinema. Ele escolheu criar esse momento inesquecível. Como? Subvertendo imagem e som, subscrevendo a sua intenção, suas idéias, suas escolhas na edição das imagens e dos sons captados. As filmagens de *Entreatos* registraram 248 horas<sup>68</sup> da campanha eleitoral de Lula. Esse é o material bruto, um espécie de dicionário audiovisual ‘*ad hoc*’, onde o diretor vai buscar o sentido, a essência que quer dar ao filme. Escolhendo as imagens e os sons, suas ordens e tempos de aparição, ele dará caráter e vida à obra.

Significados e interpretações vão além; cabem aos espectadores, ouvintes, leitores, e às qualidades de suas imaginações. São elas que diante dos fatos, obras de ficção e/ou realidade, conformam o sentido, orientam, dão corpo as experiências da vida e ao entendimento. *Imaginar é exercer uma sagrada liberdade cívica e política*<sup>69</sup>, um poder fundamental para o surgimento de idéias, escolhas e ações justas, adequadas ao devido equilíbrio entre a vida individual e o convívio em sociedade. Você passa a ver e ouvir algumas coisas desapercebidas.

Logo nas primeiras cenas do filme, exatamente quando acontece na tela transição do vazio-escuro para o claro-cheio, nesse momento *fiat lux* em que o diretor escolheu dar à luz ao povo, ele também escolheu a *força* da voz em OFF<sup>70</sup> de José Dirceu para esse ato; escolheu, também, fazer das palavras técnicas “*e Nós Vamos*” as substitutas da palavra divina *Faça-se a luz!*<sup>71</sup>



“...voto pro Lula ganhar no primeiro turno, e nós vamos<sup>72</sup> ganhar esse um por cento de voto...”

O diretor é talentoso, inclusive é professor universitário de cinema. Você não se lembra quem, mas alguém comentou sobre o curso que João Moreira Salles ministrou antes de iniciar as filmagens de *Entreatos*. O objetivo do curso era algo como: “Analisar o conceito de ‘acaso’ - percebido como surpresa, fato não planejado, imagem não antecipada - e estabelecer sua relação com a feitura de um documentário.”<sup>73</sup>

Por acaso, logo depois do *chamado* de Zé Dirceu, João Moreira Salles se aproveita da técnica divina<sup>74</sup> para, também em OFF, *esclarecer* sobre a feitura do documentário, o caráter de sua obra, suas escolhas... Enquanto isso, as imagens continuam mostrando Lula imerso na multidão, se dirigindo ao palanque, com a mesma desenvoltura que um *popstar* atravessaria sua platéia durante a realização do encontro anual dos seus fãs-clubes<sup>75</sup>. Na sequência, as imagens, escolhidas pelo diretor, trazem Lula já sobre o palanque, numa superprodução, com holofotes, papéis-picados, muito brilho, um mar de bandeiras vermelhas e eleitoras comovidas, além da multidão eufórica, agora vista não mais de uma perspectiva horizontal, mas vertical, de cima para baixo<sup>76</sup>.

Num corte-seco, Lula surge bruscamente tomando um cafezinho com *companheiros* numa sala com paredes de divisória bege, ao ‘estilo repartição’<sup>77</sup>. O diretor, João Salles, continua sua narração de idéias, suas razões, enquanto Lula se dirige para outra sala, um

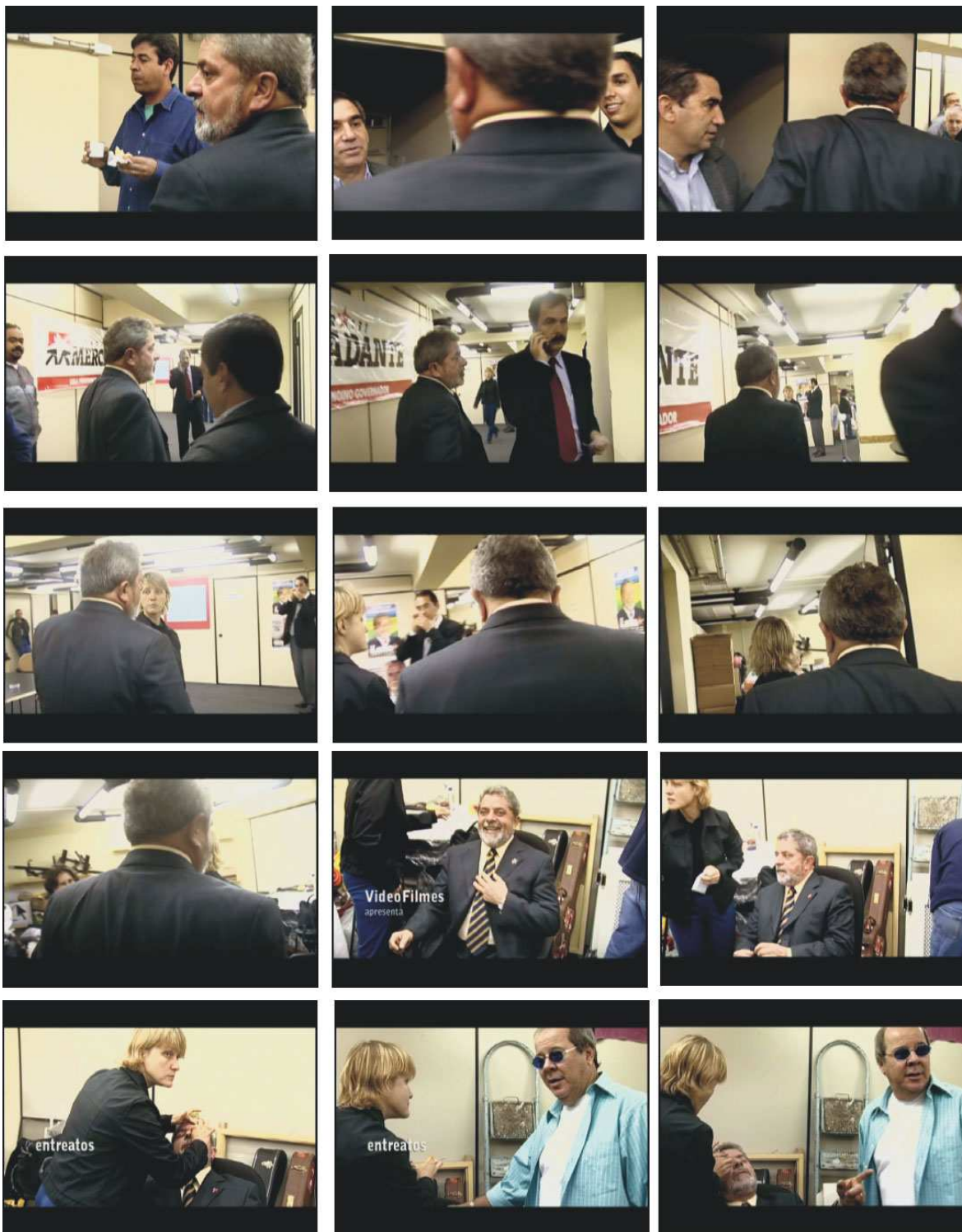


camarim improvisado, onde será maquiado<sup>78</sup>, antes de iniciar sua agenda de compromissos públicos.

No caminho, discute horários com seu assessor especial Gilberto Carvalho<sup>79</sup>, cruza com Aloísio Mercadante, candidato ao senado por São Paulo, e João Paulo Cunha<sup>80</sup>, candidato a deputado federal, ambos ao telefone celular. Chegando ao depósito-camarim acompanhado pela maquiadora, Lula, descontraído, senta na cadeira e começa a receber os cuidados faciais. João Salles, o diretor, escolheu esse momento cosmético para apresentar o nome do filme. Durante o *make-up*, Lula recebe Duda Mendonça, o marqueteiro político de sua campanha à presidência, responsável pela construção da imagem “Lulinha paz e amor”<sup>81</sup> e pela convicção da idéia *Agora é Lula!* Tanto que, mesmo antes da votação do primeiro turno, já empossa Lula nas alturas do poder, chamando-o de Presidente e pedindo clemência – “*Desculpa Presidente, ontem eu... fui dormir ontem às cinco e meia*” – pelo atraso, por educação... cliente é rei<sup>82</sup> e tem sempre razão...

cronometria: 0:00:24 > 0:01:25





*“Em agosto de 2002, propus a Lula realizar um documentário sobre as eleições presidenciais daquele ano. A idéia, era acompanhá-lo durante as três semanas do segundo turno,*

*de 6 a 27 de outubro, filmando passeatas, comícios, carreatas, translados e hotéis, e seguindo Lula de perto em suas viagens pelo país. Lula concordou com o projeto. Em nenhum momento, Lula pediu para exercer algum controle sobre o filme. Duas semanas antes do dia 6, as pesquisas começaram a indicar que Lula tinha chances reais de ganhar a eleição já no primeiro turno. Decidi, então, antecipar as filmagens, e começamos a filmar no dia 25 de setembro de 2002, a 11 dias do primeiro turno. Mais tarde, durante o processo de montagem, percebi que o material que mais me interessava dizia respeito às cenas não públicas de Lula. Lula nos carros, nos hotéis, nos aviões, nos camarins. Dos inúmeros filmes que podiam surgir do material bruto, decidi afinal montar aquele que privilegiasse essas cenas mais reservadas.*<sup>83</sup>

As primeiríssimas cenas são praticamente as únicas imagens de Lula em campanha, no tête-à-tête com seus *companheiros*, cidadãos, consumidores & vendedores, eleitores. Essas imagens dão movimento ao distanciamento de Lula em relação ao povo. Lula sai do ‘*chão de comício*’<sup>84</sup> para o palanque, e do palanque para o comitê de campanha em São Paulo. O objetivo é continuar, conquistar mentes, corações e votos. Ganhar as eleições, distanciando-se rumo à Brasília, capital federal, o coração do país, cidade-mito – proposta pelo Patriarca da Independência José Bonifácio de Andrade e Silva (1823)<sup>85</sup>, sonhada por São João Bosco (1883)<sup>86</sup>, construída, em 41 meses, por ordem do presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, idealizada pelo urbanista Lúcio Costa e arquitetada por Oscar Niemeyer<sup>87</sup> – monumental artifício político calculado, magia e técnica, marco equidistante, não equânime<sup>88</sup>, Patrimônio da Humanidade (Unesco – 1987).

O destino objetivo de Lula é o Planalto: o palácio plano e alto, palanque oficial federal, da onde são projetadas as idéias de governança, Ordem e Progresso, artifícios políticos que comandam a vida de todos os brasileiros e brasileiras. Esse é o movimento do poder democrático. Nessa tensão público ~ privado, o diretor João Salles escolheu um assunto, elegeu um interesse particular para dar sentido a *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*.



Foto: Augusto Areal – Palácio do Planalto, Brasília (DF) – visão noturna (2005).

*“Palácio e Praça são duas expressões polêmicas para designar, respectivamente, os governantes e os governados, sobretudo o relacionamento de incompreensão recíproca, de estranheza e rivalidade, que ainda hoje existe entre eles (...) E se recordam o fato, negativamente: vista do Palácio, a Praça é o lugar da liberdade licenciosa; visto da Praça, o Palácio é o lugar do arbítrio do poder. Se um cai, o outro também é destinado a cair.”<sup>89</sup>*

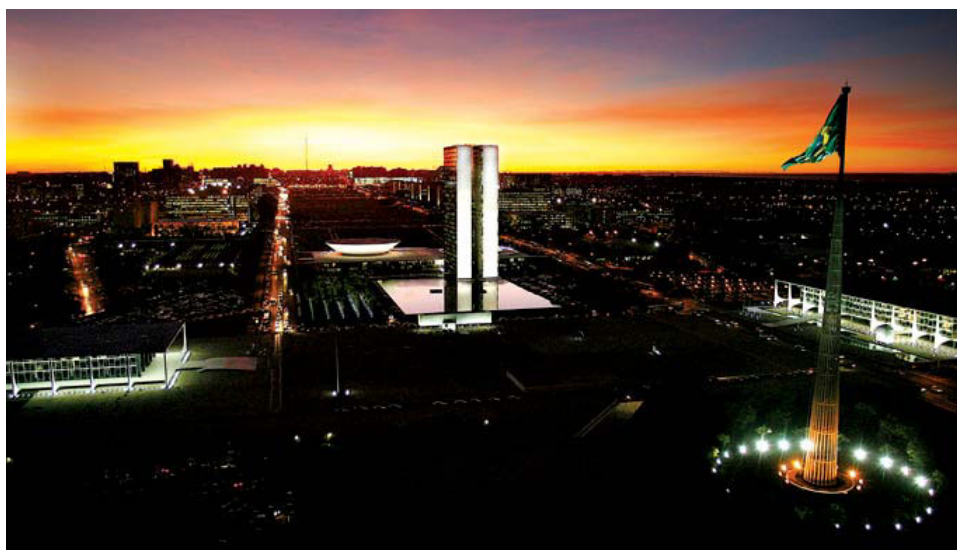


Foto: Praça dos Três Poderes, Brasília (DF). Revista Projetodesign, edição 309, novembro de 2005 – *Cena Arquitetônica Nos Três Poderes Ganha Luzes Teatrais*. À esquerda, o Supremo Tribunal de Justiça, ao centro o Congresso Nacional e a direita, o pavilhão nacional e o Palácio do Planalto, sede do poder executivo federal.<sup>90</sup>

*“O poderio político não aparece unicamente em circunstâncias excepcionais. Ele se quer inscrito duravelmente, imortalizado em uma matéria imperecível, expresso em criações que manifestem sua ‘personalidade’ e seu brilho. Ele dirige uma política de lugares e obras monumentais. (...) Cada ‘reinado’, mesmo republicano, marca de um modo novo um território, uma*



*cidade, um espaço público. Ele arranja, modifica e organiza, segundo as exigências dos proveitos econômicos e sociais de que é guardião, mas também, para não ser esquecido e para criar condições para suas comemorações futuras. Ao centro das ilusões produzidas pelo poder se encontra a capacidade de escapar aos assaltos do tempo. (...)... uma capital nova materializa uma nova era; ela mostra os princípios de um empreendimento coletivo; é o espetáculo que o poder oferece da nação em atividade e dele próprio. Um decreto a cria, principalmente para lhe conferir uma força expressiva. Brasília é a ilustração mais importante. A mais de mil quilômetros do litoral, onde se situam as cidades históricas, sobre um planalto de vegetação escassa, abandonado a rebanhos nômades, a capital federal do Brasil foi edificada em 4 anos. Ela tem a forma de um gigantesco avião pousado perto de um lago igualmente artificial. Ela excede as medidas, em relação ao espaço e ao tempo; dissolvida na imensidão, para ser representativa de um país-continente; na vertical sobre um território vazio e plano, e construída segundo um modernismo de vanguarda, para afirmar a antecipação do futuro. E sempre inacabada a fim de que este tenha sempre lugar. Brasília apresenta o poder em uma ‘encenação’ de Niemeyer: emoldurando uma praça imensa, dedicada aos 3 poderes públicos, erguem-se os palácios do Governo, da Justiça e do Parlamento; ligada a ela, uma vasta esplanada em que se escalonam os Ministérios. O resto compõe os bastidores, sem limites precisos, as maquinarias que desempenham as funções indispensáveis – diplomacia, cultura, assuntos econômicos, exército e residências. Pode-se ver a hierarquia das classes e dos empregos; um sistema de diferença cuja expressão espacial é regulada pelo poder. Ele é o regente e o ator, por conta da história.”*<sup>91</sup>

Talvez, pela influência da concepção francesa de Estado moderno e laico, Georges Balandier, sociólogo e antropólogo francês, autor do pensamento acima citado, não tenha atentado à presença eclesial da Igreja Católica Apostólica Romana entre as “*maquinárias que desempenham as funções indispensáveis*”.

A Catedral Metropolitana de Brasília, consagrada à Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil, está situada logo após a sequência das edificações ministeriais. Não participando constitucionalmente dos Poderes da União, e por isso mesmo, apartado da “arquitetura do poder” representada na Praça dos Três Poderes, ou, *Versalhes do povo* como dizia Lúcio Costa<sup>92</sup>, o poder eclesial persiste politicamente no Eixo Monumental de Brasília, da mesma forma que persiste no preâmbulo da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, a Carta Magna da Nação, monumento legal, artifício político mais importante da refundação do atual Estado democrático de direito brasileiro: “*Nós,*

*representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL.*"<sup>93</sup>



Fotos: (esq.) cartão postal com vista parcial do eixo monumental em construção – Catedral Metropolitana de Nossa Senhora Aparecida, Esplanada dos Ministérios e, ao fundo, a Praça dos 3 Poderes e os prédios do Congresso Nacional, Brasília, 1960; (dir.) visão noturna da mesma Catedral, 2005<sup>94</sup>.

*“Ao longo dessa esplanada – o ‘Mall’ dos ingleses – extenso gramado destinado a pedestres, a paradas e a desfiles, foram dispostos os ministérios e as autarquias. Os das Relações Exteriores e Justiça ocupando os cantos inferiores, contíguos ao edifício do Congresso e com enquadramento condigno, os ministérios militares constituindo uma praça autônoma, e os demais ordenados em seqüência (...) A Catedral ficou igualmente localizada nessa esplanada, mas numa praça autônoma disposta lateralmente, não só por questão de protocolo, uma vez que a Igreja é separada do Estado, como por uma questão de escala, tendo-se em vista valorizar o monumento, e ainda, principalmente, por outra razão de ordem arquitetônica: a perspectiva de conjunto da esplanada deve prosseguir desimpedida até além da plataforma onde os dois eixos urbanísticos se cruzam.”*<sup>95</sup>.

*“Minha preocupação era encontrar – sem limitações funcionalistas – uma forma clara e bela de estrutura que definisse e caracterizasse os edifícios principais – os Palácios propriamente ditos – dentro do critério da simplicidade e nobreza, indispensáveis. Mas preocupava-me, fundamentalmente, que nesses prédios constituíssem qualquer coisa de novo e diferente que fugisse*

*à rotina em que a arquitetura atual vai melancolicamente estagnando-se, de modo a proporcionar aos futuros visitantes da Nova Capital uma sensação de surpresa e emoção que a engrandecesse e caracterizasse. Lembrava-me da Praça de São Marcos na Itália com o Palácio dos Dodges, da Catedral de Chartres, de todos esses monumentos que acabava de conhecer, obras que causam um impacto indescritível pela beleza e audácia com que foram realizadas, sem contribuírem para a emoção razões técnicas ou funcionais. É a beleza plástica apenas que atua e domina, como uma mensagem permanente de graça e poesia.”<sup>96</sup>*

Brasília...

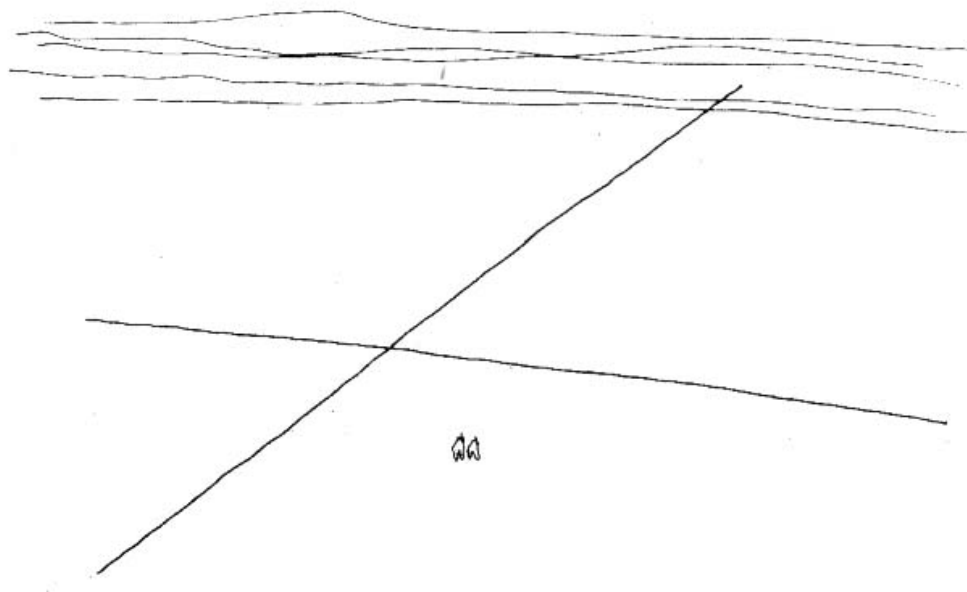


Ilustração: traço de Oscar Niemeyer – cruzamento dos dois eixos urbanísticos do Plano Piloto de Brasília, concebido por Lúcio Costa.<sup>97</sup>

*“Nasceu do gesto primário de quem assinala um lugar ou dele toma posse: dois eixos cruzando-se em ângulo reto, ou seja, o próprio sinal da cruz.”*

(Lúcio Costa, *Registro de uma vivência*)<sup>98</sup>

*“Uma capital não é absolutamente necessária ao homem.”*

(Étienne Pivert de Senancour, *Obermann*)<sup>99</sup>

*“Quando, como uma noite de tempestade a que o dia se segue,  
O cristianismo passou de sobre as almas, viu-se o estrago que, invisivelmente,  
havia causado; a ruína, que causara, só se viu quando ele passara já.  
Julgaram uns que era por sua falta que essa ruína viera;  
mas fora pela sua ida que a ruína se mostrara, não que se causara.  
Ficou, então, nesse mundo de almas, a ruína visível, a desgraça patente,  
sem a treva que a cobrisse do seu carinho falso.  
As almas viram-se tais quais eram.”*  
(Fernando Pessoa, *O Livro do Desassossego*)<sup>100</sup>

Você continua sentado num banco de praça pública. Nada mudou na paisagem. As pessoas continuam ziguezagueando para todos os lados, exceto alguns poucos indecisos e outros muito decididos, todos estão em movimento. Suas costas não sentem as horas, mas sentem a solidez do desconforto e não demoram, nem mais um segundo, a gritar de dor. Incomodado, você se levanta. Se estica todo, como se a sua alma quisesse fugir, escapar do corpo para bem longe... A ferragem de carne e osso resiste, sua alma desiste; a dor, essa sim, parece ter sossegado.

É pouco mais que meio-dia, não há brisa e o mormaço está insuportável, infernal. A força do sol a pino obriga você a procurar abrigo: você ainda tem muito que esperar, sua cabeça está fervendo e as sombras das árvores não servem nem de consolação. Você precisa de sombras artificiais. Elas estão logo atrás de você, basta entrar.

As igrejas estão sempre de portas abertas à convidar e têm sempre aquela atmosfera ideal para o corpo e para a alma: no frio protegem e aquecem, no calor acolhem e dão frescor. Que pai não acolheria assim um filho em sua própria casa?





Foto: Luiz Aureliano (1988) – conjunto urbanístico arquitetônico da Praça da Sé, São Paulo: à direita, Catedral Metropolitana da Sé. À esquerda, Palácio da Justiça que abriga museu e biblioteca. Logo atrás, o edifício do Fórum João Mendes Jr.

Ensopado de suor, desfeito, depois de ter cruzado toda a praça às pressas, você chega à Catedral Metropolitana. Na entrada da fachada principal, uma escadaria leva a um portal de aspecto místico em formato de ogiva, emoldurado por ornamentos filetados e pelas estátuas de profetas, santos apóstolos e evangelistas que parecem guardar todas as almas que por ali transitam. Os correligionários de Jesus estão dispostos em equilíbrio simétrico, num rigor militante exemplar: seis à direita, seis à esquerda, sendo que dois deles, uma dupla de cada lado, estão fora dessa composição, alçados acima das três portas que dão acesso ao interior do templo. Talvez, a estes tenha sido dada a responsabilidade de guardar além – controlam as almas desgarradas que transitam livremente pela praça pública – talvez estes tenham algum privilégio, ou sejam literalmente superiores aos demais.<sup>101</sup> Em plena harmonia, na parte central desse arranjo, exatamente sobre a porta principal,

curiosamente fechada, está a cena de Cristo crucificado em alto-relevo, emoldurada por pequenos vitrais em forma de rosáceas.

Enquanto observa, você aproveita para recompor-se, fôlego e aparência, diante da perfeição de uma imagem tão potente. Automaticamente, num movimento involuntário de respeito e apreensão, você dá alguns passos atrás e se afasta o suficiente para ter uma vista geral da fachada, composta pela escadaria, pelo portal e demais elementos arquitetônicos, colunas, torres, vitrais e especialmente uma rosácea gigante no centro do conjunto. A imagem é fantástica, rica em detalhes, um trabalho de fé, uma obra-prima da técnica e da arte, feita com a solidez da pedra, da madeira e do vidro, em nome de Deus.

Recomposto, você ascende, sobe, um a um, todos os degraus da escadaria até chegar à porta da Catedral, o espaço limiar-mágico de transição, onde um simples passo faz a diferença entre o sacro e o profano. Nesse local de decisão, elevado acima da praça pública calorenta, você hesita. Em vez de dar um passo a frente, você rodopia, se volta para aonde veio e ao olhar para trás, vê que as outras pessoas estão abaixo de você. Concidadãos, consumidores e eleitores como você, agora são visualmente menores, inferiorizados pela força da perspectiva. Você se lembra que foi desse mesmo ponto de vista – ainda mais elevado, por conta da construção de um palanque – que artistas e políticos visualizaram a massa e exaltaram-na a gritar pelas Diretas Já!, num clamor popular inédito feito em nome da restituição imediata do poder democrático e do voto direto para a eleição do Presidente da República.

Será que a persistência dessa dinâmica do poder, baseada no distanciamento, na diferenciação de planos (superior / inferior), na separação nítida entre governantes e governados, nessa perniciosa simbologia do real sustentada pelo Estado em nome de uma ordem particular e aproveitada até mesmo para a organização da manifestação que se propunha reivindicar os direitos e as liberdades usurpadas, não contribuiu em essência para o fracasso desse próprio movimento? Não seria preciso reinventar as relações de mando e poder, de direitos e deveres? Nossos problemas sociais de hoje, e de sempre, não teriam seu enraizamento na cultura trazida pelos colonizadores europeus com suas idéias sobre política e religião, poder e dominação? Tudo isso está longe no espaço e no tempo da história, o que impossibilita uma visão sensível, mas como ficar insensível diante da segregação política dos palanques democráticos elevados atualmente nas praças públicas por todo o país?

Você volta, mais uma vez, suas costas para a praça, e com um passo à frente deixa todo o incômodo para trás. Você está no espaço sagrado da Catedral, o resto do mundo ficou de *fora*. Você sente um alívio enorme, não por muito tempo...

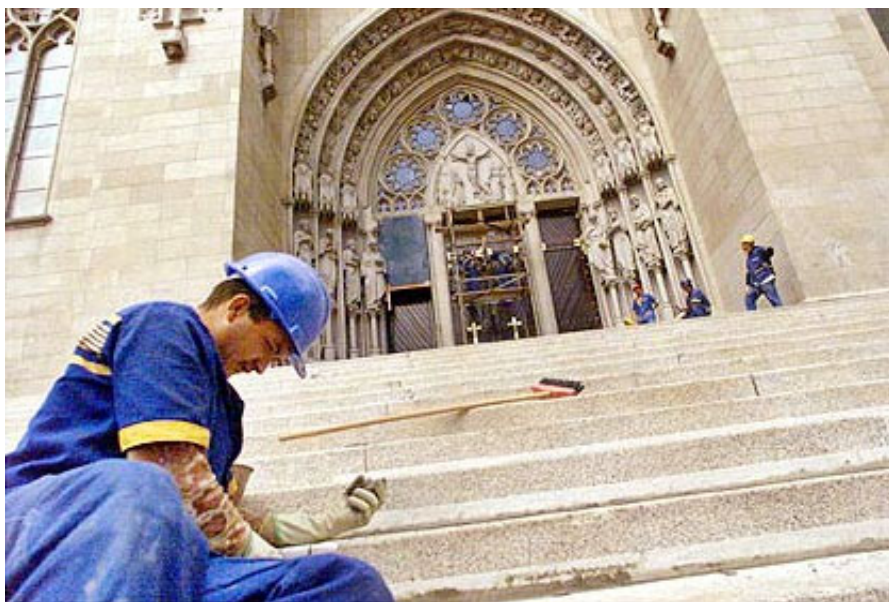


Foto: Rogério Cassimiro/Folha Imagem – operários trabalham na fachada da Catedral da Sé (2002).

Próximos, turistas inconfundíveis escutam atentamente os sussurros de um *guia*: “... *este é um dos cinco maiores templos góticos do mundo.*” Nesse exato momento, todos, inclusive você, olham para cima. Essa é a primeira vez que você entra na Catedral Metropolitana, ela passou por reformas, foi restaurada e recebeu complementos arquitetônicos que faziam parte do projeto original, até então, não executado na íntegra<sup>102</sup>. A visão é fantástica...

De volta à sua estatura, pés no chão, você olha ao lado e vê uma estante cheia de panfletos. Sem pensar, assim como pega o tablóide de ofertas na entrada dos hipermercados, você automaticamente pega um exemplar do jornal paroquial. Quais serão as promoções? Em destaque na primeira página está o evangelho anunciado. São as palavras do dono da casa:

*“...e tendo chamado de novo a turba, dizia-lhes: ‘Ouvi-me todos, e entendei. Nada há fora do homem que, entrando nele, o possa manchar; mas o que sai do homem, isso é que mancha o homem.[A bom entendedor meia palavra basta.]’ Quando deixou o povo e entrou em casa, os seus discípulos perguntaram-lhe acerca da parábola. Respondeu-lhes: ‘Sois também vós assim ignorantes? Não compreendeis que tudo o que de fora entra no homem não o pode tornar impuro, porque não lhe entra no coração, mas vai ao ventre e dali segue sua lei natural?’ Assim ele declarava puros todos os alimentos. E acrescentava: ‘Ora, o que sai do homem, isso é que mancha o homem. Porque é do interior do coração dos homens que procedem os maus pensamentos: devassidões, roubos, assassinatos, adultérios, cobiças, perversidades, fraude, desonestidade, inveja, difamação, orgulho e insensatez. Todos estes vícios procedem de dentro e tornam impuro o homem.”* <sup>103</sup>

O guia e o seus turistas ficaram para trás. Caminhando só na amplitude da catedral vazia, seus passos vão ganhando importância no silêncio. Cada pisada, uma pegada sonora, um leve estampido surge sobrepondo outro, até que todos sobrepostos acabam ecoando por todo o ambiente. Incomodado pelo alarde de seus próprios passos, você pára. O silêncio volta a reinar. Você se volta e vê que os turistas permaneceram imóveis, boquiabertos, voltados para as alturas, encantados pela grandeza das formas. Entre eles, o guia, boca fechada, é o único que olha em sua direção.

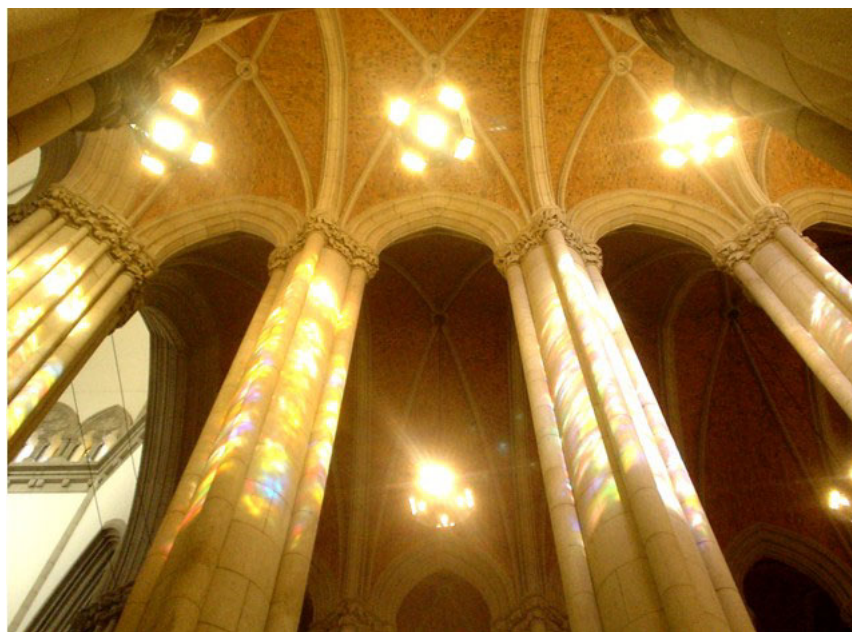


Foto: Alvaro de Macedo e Silva – Catedral da Sé (SP) – 11 de novembro de 2003.

Por serem um símbolo do fundamental direito de ir e vir, os turistas são seres democráticos por definição. São cidadãos, eleitores, especialistas no consumo de imagens. Consomem paisagens, cenas e cenários urbanos, rurais, desérticos, selvagens, marítimos, vulcânicos, subaquáticos, montanhosos e estratosféricos<sup>104</sup>. Assim como pensam os mascates mais astutos, para eles, qualquer vestígio de existência é destino. Não menos vendedores, quando retornam trazem na bagagem suas imagens-*souvenirs*, suas justificativas organizadas em álbuns fotográficos que mostrados repetidamente, antes de partirem para a próxima excursão, também serão catálogos promocionais *descompromissados*.

O turismo é mais um dos rentáveis negócios da *indústria cultural*, assim como a imprensa, a televisão, os shows, showmícios, as eleições, o cinema e as demais manifestações sócio-culturais de massa. Sua importância econômica na era da Globalização é decisiva: está entre os cinco mais importantes itens de exportação no mercado mundial.<sup>105</sup>

O olhar do guia, em sua direção, é de desdém. Mesmo antes de interromper essa antipatia, girando a cabeça noutra direção, ele sussurra qualquer coisa, que de imediato parece ter tirado aquele grupo de estátuas vivas do transe. Sempre aos sussurros, o guia traça o caminho a seguir, apontando com o dedo indicador *firme* para o outro lado da parte anterior da catedral.

O guia é o líder. No rastro de seus passos seguem os turistas, um a um, até desaparecerem atrás do colunário gótico.

Desgarrado, você segue noutra direção.

Guiado por um corredor extenso, formado por duas fileiras de bancos rigorosamente alinhados, todos voltados para um único sentido – para frente – você segue na direção do altar-mor.

Os bancos estão *quase* todos desocupados. A próxima missa tem hora marcada para acontecer: amanhã ao meio-dia em ponto. Bem próximo ao altar, na primeira fila, um fiel



ajoelhado, sozinho como você, está com os olhos fechados e a cabeça voltada para as alturas da abóbada central. Seu semblante de súplica está ressaltado pela luzes multicoloridas dos grandes vitrais que fazem do altar-mor o local mais iluminado de todo o interior da Catedral.

Retornando alguns passos em direção à porta que o levaria de volta ao sol da praça pública, você nem pensa muito, decide rápido, se senta logo na ponta de um dos bancos e enfim relaxa.

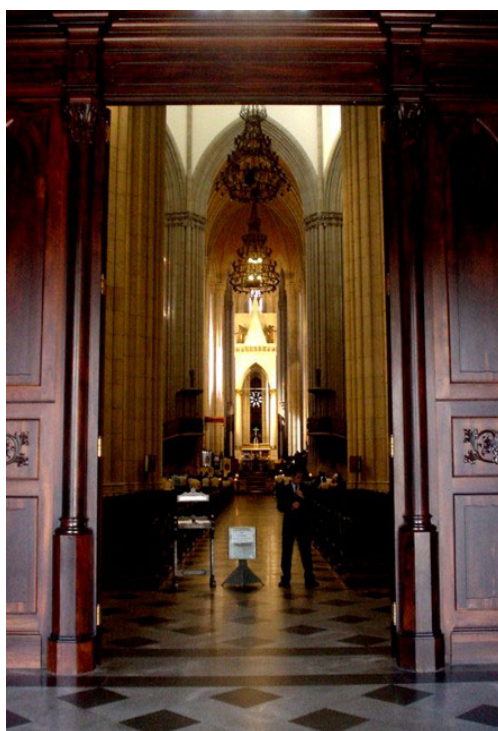


Foto: Alvaro de Macedo e Silva – Catedral da Sé (SP) – 11 de novembro de 2003.

Acomodado na leve penumbra da nave principal do templo, você observa... O silêncio é *quase* total e lhe ajuda a ver melhor: todos aqueles assentos iguais, milimetricamente alinhados numa sequência invariável, direcionados para um mesmo ponto à frente, servem de sinalização. Como um guia mudo, os bancos apontam, dizem repetidamente aos olhos para onde olhar. Como uma fôrma, forçam os corpos neles

sentados a se posicionarem sempre na mesma direção, para frente, para o altar-mor: o espaço sagrado, elevado, onde acontece o espetáculo, a celebração do ato litúrgico.

A alma, a imaginação, permanecem livres dessa arrumação e podem ir além...

O altar-mor, com seus paramentos e aquela luminosidade multicolorida dos vitrais, lembra uma tela de cinema durante a projeção... as poltronas, lembram os bancos da catedral... os fiéis, seguidores, são a audiência, os espectadores... Os templos monoteístas são como as salas dos *multiplex*!<sup>106</sup> Essa parecença não permanece somente na disposição unidirecional do leiaute dos ambientes de culto, exibição e projeção, persiste também em outras formas de correspondência: na atratividade estética de todo o conjunto arquitetônico – quanto mais suntuoso, mais refinado e apelativo, maior a atração, maior o público. Persiste na qualidade da escolha da localização geográfica da edificação que deve propiciar acesso fácil ao maior número possível de freqüentadores, cidadãos, fiéis, consumidores. Templos, catedrais e igrejas importantes são sempre situadas nas regiões centrais das cidades, próximas à região comercial mais movimentada onde o fluxo social é intenso e constante<sup>107</sup>. Os *multiplex*, salas de cinema contemporâneas, geralmente fazem parte do complexo de lojas e serviços oferecidos pelos *shopping-centers*: espaços privados que fazem as vezes dos centros das cidades, centros comerciais modernos servidos por diversas linhas de transporte coletivo urbano, grande quantidade de vagas para o estacionamento de veículos, segurança, conforto e lazer num único lugar: a prática do *volte-sempre*! Uma política das comodidades artificiais planejadas, calculadas e construídas para satisfação das necessidades de cidadãos, potenciais fiéis-consumidores de produtos e serviços, eleitores.

O altar, a tela de cinema, a figura do guia com seu grupo de encantados por imagens e o poder da *indústria cultural*, trazem mais uma vez a pergunta: o que será do futuro? Você se lembra da Política, da importância das eleições e das cenas iniciais de *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*. Lembra principalmente daquelas cenas em que Lula estava sobre o palanque iluminado, o altar ao ar live da campanha eleitoral. Naquelas cenas, todos estavam voltados para Lula. Ele era o centro das atenções, a convergência dos olhares, das vontades, das escolhas e dos desejos apaixonados, de fé e de esperança.



Aquele fiel sozinho, bem próximo ao altar, continua ajoelhado com a cabeça voltada para o alto. Depois de tanto tempo sem sequer um leve movimento, ele também parece uma estátua viva. Até quando ficará ali, naquela mesma posição? Quem quebrará o seu encanto?

O altar, a tela de cinema e o palanque têm uma mesma origem<sup>108</sup>, fazem parte de uma mesma reminiscência histórica, uma memória, uma permanência revivida de algo que jamais pensou existir<sup>109</sup>: um Poder supremo, imperioso, simbolizado pelas idéias de um Deus único, Todo Poderoso, e seu povo escolhido. Dessa subversão, ecoaram as idéias de fiéis e infiéis hereges, superiores e inferiores, dominadores e dominados, fortes e fracos, nobres e plebeus, soberanos e súditos... Da persistência dessas idéias de diferenciação e segregação, outras idéias ecoaram: Humanidade e Natureza, governo e povo; a idéia do líder, democrata ou tirano, eleito ou imposto, pelas leis da força divina, das armas ou do Direto, permanece indispensável. Por que?

Num movimento inesperado, aquele fiel sozinho, ajoelhado num banco distante a sua frente, bem próximo ao altar, se levanta e faz lentamente o sinal da cruz. Vagaroso, como se estivesse acabado de acordar de um sono profundo, dá as costas para o Espírito Santo e começa a caminhar em sua direção, coincidentemente no mesmo sentido da saída. O som de seus passos ganham todo o ambiente e a cada estampido, junto com a distância,



diminui também a intensidade do eco que o acompanha. Você olha ao redor e percebe que não existe mais ninguém além de vocês no interior da Catedral. Ao retornar o olhar, surpresa! Aquele fiel está de pé ao seu lado. Nesse momento, nem ele, nem você estão sozinhos. Num gesto ainda mais lento que o sinal da cruz, ele estende sua mão direita e lhe oferece um santinho, uma lembrança impressa no papel. Você aceita e agradece a oferta. Ele responde com um sorriso sincero, diz um amém discreto e com um leve aceno de cabeça se despede antes de voltar a seguir o seu caminho. Perplexo, você o acompanha até que desapareça na cintilante cortina de luz vinda de *fora*, o limiar-mágico que divide os mundos da praça pública e a casa de Deus, o profano e o sagrado, técnica e magia. Só então você repara no santinho recebido. A imagem é de São Bernardino de Siena e os escritos dizem o seguinte: *Agradeço a São Bernardino da Siena pela graça alcançada – Santo da Ordem Franciscana – Sacerdote Pregador e Apóstolo do Santo Nome de Jesus – ( \* 8 de setembro de 1380 / † 20 de maio de 1444).*



Tradicional santinho impresso de São Bernardino de Siena.<sup>110</sup>

Soam os sinos... parecem abafados. Aqui de dentro não têm a mesma força de quando são ouvidos do lado de *fora*.

Você olha as horas e finalmente é chegado o momento de retornar à repartição para concluir suas pendências burocráticas. Você se levanta, dobra o santinho, coloca-o no bolso e segue rapidamente em direção da saída. Você gastou praticamente um dia inteiro de trabalho na espera e os ponteiros do relógio indicam que não há tempo a perder, por isso, nem percebe quando já está de volta a praça pública. Só se dá conta disso, quando alguém de braço estendido interrompe o seu caminho lhe oferecendo um panfleto multi-colorido com imagens de produtos em ofertas *Ar-ra-sa-do-ras*; em destaque a forma de pagamento: 12 X S/ JUROS!!!!!!!!!!

Novamente ensopado de suor e desfeito pela correria, você chega à repartição pública. A fila do guichê está menor do que você imaginava. Protocolo na mão, você é atendido. Ótimo! Você pensa, mas infelizmente, do lado de lá do balcão, lhe informam que o funcionário responsável por despachar seus documentos foi deslocado momentaneamente de função, por ordem do chefe da seção, devido a uma prioridade administrativa que não sabem informar qual seria, mas lhe asseguram com uma convicção ferrenha que seria algo inadiável. Assim, adiamento inevitável: sua documentação só ficará pronta amanhã de manhã, após às 10h. Você pensa em dar um escândalo, em gritar, manifestar sua indignação e reivindicar seus direitos, mas pensando bem, você já fez isso tantas outras vezes e o máximo que conseguiu foi ser alvo de represálias que adiaram ainda mais a resolução de seus problemas. Você então agradece gentilmente e se despede dizendo um singelo: *até amanhã*.

*“O cancro burocrático é uma realidade difícil de apreender, dada a reverência popular pelos governantes, que, psicologicamente, lembram figura paternal, eclesiástica, ou coisa parecida, e divina.”<sup>11</sup>*

Cansado, decepcionado e necessitando da documentação requerida pelo Estado para que continue cumprindo com seus deveres de cidadão, você retorna ao trabalho. Afinal, existe um débito no seu saldo de horas trabalhadas na empresa, ainda restam três horas para o término do expediente de hoje e amanhã, mais uma vez, será um novo dia. Amém!



Foto: entrada principal do campo nazista de concentração e extermínio de Auschwitz (Polônia) durante a Segunda Guerra Mundial. Acima do portão, o slogan de boas-vindas: o trabalho liberta (arbeit macht frei) – Modern American Poetry Online Journal, University of Illinois, Urbana-Champaign, EUA.<sup>112</sup>

Em represália à desobediência do primeiro homem, Deus sentenciou, irrevogavelmente, à sua própria criação: “...maldito é o solo por causa de ti! Com sofrimentos dele te nutrirás todos os dias de tua vida. Ele produzirá para ti espinhos e cardos, e comerás a erva dos campos. Com o suor de teu rosto comerás teu pão até que retornes ao solo, pois dele foste tirado. Pois tu és pó e ao pó tornarás.”<sup>113</sup>

*São Bernardino e seus Discípulos*  
**[Bastidores da Memória]**

*“Chi credi tu che possa più, o Idio o l’angiolo? –Più Idio. –Chi più, o l’angiolo o l’anima? –Più l’angiolo. –Chi più, o l’anima o le costellazioni? –Più l’anima. –Chi Più, o le costellazioni o ‘l corpo? –Più il corpo. –Chi più, o la ragione o la sensualità? –Più la ragione. –Chi più o la santa Chiesa co’dottori o la tua opinione? –Più la santa Chiesa. –E però a quello che dice e crede e tiene la santa Chiesa t’atacca, e lassa quello che la opinione tua ha tenuto.”*  
(São Bernardino de Siena, *Prediche Volgari Sul Campo di Siena*, 1427) <sup>114</sup>

São Bernardino de Siena, ou, Bernardino degli Albizzeschi, filho único e muito esperado de Tollo (Albertollo) degli Albizzeschi e Nera (Raniera) degli Avveduti, nasceu no dia 08 de setembro de 1380, em Massa Marittima, uma pequena cidade italiana localizada na região da Toscana, distante aproximadamente 50 quilômetros de Siena, atual capital da província de mesmo nome. Seu pai, oriundo de uma família aristocrata sienense de relativa expressão, era o governador de Massa Marittima, território que naquela época estava sob o domínio da República de Siena. A condição social privilegiada, fundamental para o seu desenvolvimento intelectual, não impediu que, durante toda sua juventude, Bernardino viesse a sofrer traumas e percalços que marcariam profundamente sua alma e seriam decisivos na formação de seu caráter e sua história.

Aos 6 anos de idade, Bernardino já era órfão de pai e mãe: Nera, morrera em 1383, aos 22 anos de idade. Tollo, falecera logo após, em 1386, aos 39 anos. As mortes de seus pais não foram as únicas perdas significantes na vida do pequeno Bernardino. Diana, a tia materna que havia ficado responsável por sua criação desde a morte de sua mãe, faleceu 5 anos após a morte de seu pai, em 1391. Aos 11 anos, completamente sem família em sua cidade natal, Bernardino é obrigado a deixar Massa Marittima rumo à cidade de Siena, capital da República. Nessa mudança, Bernardino também é obrigado a deixar toda a familiaridade com os espaços e as pessoas com os quais havia convivido até então. Suas ligações afetivas e toda sua vivência material é deixada em Massa Marittima, nessa obrigação rumo ao desconhecido. Em Siena, Bernardino fica sob a guarda de um casal sem filhos: Cristoforo (Cristofano), seu tio paterno, e Pia, sua esposa. Franco Mormando, em

seu livro sobre São Bernardino e o submundo da sociedade no início da renascença italiana, comenta o impacto e as consequências dessas vicissitudes:

*“Embora Cristoforo e Pia, nos asseguram os hagiógrafos, também fossem pessoas corretas e amáveis, é razoável pensarmos que seus cuidados não poderiam compensar adequadamente as traumáticas perdas de Bernardino: seus pais, sua mãe substituta (Diana) e a infância em sua cidade natal. Combinados com outras ameaças e horrores da vida – “sórdida, bruta e curta” – na Itália do século XV, esses traumas emocionais poderiam não ter deixado a criança com uma impressão de que vivesse tranqüilo e seguro num mundo estável e totalmente confiável. Na verdade, é razoável supormos que essas experiências instilaram nele um certo, talvez um profundo, senso de temor, ansiedade e insegurança, mais profundo até que aqueles sentidos por muitos de seus contemporâneos. O amor de seus parentes e os recursos financeiros de sua família foram uma proteção confortável para ele em alguma medida, mas parece que a sua real segurança, seu verdadeiro refúgio seguro, era sua fé, profundamente devota, ortodoxa, uma inquestionável fé católica, “a primeira e única fé verdadeira,” a qual possuía uma resposta auto-confiante para todas as questões e todas as dúvidas sobre a existência. Dada a função crucial que a fé ocupou no psiquismo de Bernardino – ela era sua barreira defensiva contra o abismo do medo, da ansiedade e insegurança – não é de se espantar que ele tenha se agarrado a fé com tal zelo, tenacidade perfeccionista, e que não pudesse tolerar aqueles que a desiludissem, violassem, corrompessem, questionassem, ou, a negassem, como faziam as bruxas, os sodomitas e os judeus. Isso não significa que a fé de Bernardino não era genuína, ou uma mera reação psicológica aos traumas sofridos. Isso simplesmente quer dizer que as séries de perdas experimentadas por ele em sua infância necessariamente deixaram uma marca em seu inconsciente. Essa marca é a natureza intensamente intransigente da fé de Bernardino, seus medos e ansiedades escondidos, é a marca do tratamento dado aos pecadores, inimigos e violadores de sua fé e seus preceitos.”*<sup>115</sup>

De acordo com seus primeiros biógrafos, Bernardino deve sua fé e seu caráter, sobre tudo, às quatro mulheres excepcionalmente devotas, pias e virtuosas que, depois da morte de sua mãe, estiveram vivamente empenhadas em sua criação: Diana e Pia, citadas anteriormente, Bartolommea, sua tia paterna, viúva, agostiniana da Ordem Terceira<sup>116</sup> e sua prima Tobia, filha de sua tia Diana, pertencente à Ordem Terceira Franciscana. Iris Origo, uma importante biógrafa de nosso tempo, chama a influência dessas mulheres sobre a vida de Bernardino de “governança da anágua”<sup>117</sup>. Seus primeiros biógrafos vêem essa

influência na infância e juventude como sendo “um primeiro passo providencial na formação do futuro santo e na germinação de sua futura característica apostólica.”<sup>118</sup> Segundo Franco Mormando: “...se acreditarmos nessas considerações, estas quatro mulheres exerceram um total e rigoroso controle sobre cada aspecto do desenvolvimento do jovem Bernardino. Sob a constante vigilância delas, nenhuma mancha de pecado ou contaminação pôde tocar o garoto; elas o protegeram de todo contágio enquanto o treinavam nas virtudes espirituais e disciplinas apropriadas.”<sup>119</sup>

Durante os primeiros seis anos de vida, importante período da formação psicológica, Bernardino parece não ter tido uma significativa convivência com figuras masculinas. Apesar de seu pai ter permanecido vivo até os seus seis anos de idade, é pouco provável que ele pudesse ter mantido com Bernardino um relacionamento importante, já que seu trabalho como governador de Massa Marittima, provavelmente, não lhe deixava o tempo livre necessário para o estabelecimento de uma ligação mais próxima que de alguma forma suprisse ou compensasse a ausência materna. Tollo degli Albizzeschi dificilmente é encontrado nas documentações existentes e não é mencionado, nem uma única vez, nos quase vinte volumes da coleção dos próprios sermões/discursos de Bernardino. Seus tios paternos Cristoforo e Angelo, seus dois professores, Onofrio di Loro e Giovanni da Spoleto, só apareceram na vida de Bernardino aos 11 anos de idade, por ocasião de sua mudança para Siena, após a morte de sua tia Diana. Um reflexo da privação da figura paterna experimentada por Bernardino, pode ser observada em seu esforço para propagação do culto e revigoração da imagem popular de São José, pai de Jesus, que na época não desfrutava de grande prestígio, aparecendo sempre representado como homem senil e frágil.<sup>120</sup>

Graças a sua origem aristocrática, Bernardino recebeu a melhor educação possível, na Siena do final do século XIV. Aos 12 anos de idade iniciou seus estudos no *trivium*<sup>121</sup>, com Onofrio di Loro, “o melhor professor de gramática em Siena no tempo de Bernardino.” Com Giovanni di Buccio da Spoleto, um “eminente professor de filosofia moral” vindo da Universidade de Bolonha a convite da cidade para lecionar no *Studio di Siena* (futura Universidade de Siena), Bernardino estudou retórica e dialética. De acordo com um colega

chamado Leonardo Benvoglianti, Bernardino era um aluno tão excelente que, por anos a fio, mestre Giovanni declarava continuamente que ele nunca tivera um pupilo mais inteligente e mais virtuoso que o futuro santo-pregador.

Após o término de seus estudos com Giovanni da Spoleto, Bernardino iniciou seu doutoramento em direito canônico no *Studio di Siena*, o qual nunca veio a concluir. Entretanto, o teor de seus três anos de estudos para a titulação estão evidentes nas inúmeras citações legais presentes em seus sermões e tratados. “No exercício de sua profissão como pregador, Bernardino consultava o direito canônico tão frequentemente quanto as Sagradas Escrituras.”<sup>122</sup>

Em 1402, aos 22 anos de idade<sup>123</sup>, Bernardino decide “deixar o mundo” para entrar na vida religiosa. Depois de um auto-isolamento numa experiência mal sucedida como ermitão<sup>124</sup>, ingressou na ordem Franciscana através do austero ramo dos Observantes. Seus anos iniciais como frade foram passados no *Il Colombaio*, um retiro remoto, encrostado nas densas florestas sienenses do monte Amiata. Entretanto, antes de iniciar sua curta jornada eremítica e seu sucessivo ingresso entre os Observantes franciscanos, Bernardino passou por mais uma angustiante experiência de vida, uma vivência que certamente contribuiu para a confirmação de um sentimento de desgosto para com o mundo – *contemptus mundi* – que o levaria, resoluto, à reclusão e, posteriormente, à sua vocação eclesiástica.

Em 1400, o retorno da peste negra que devastou Siena fez com que Bernardino e alguns companheiros arriscassem suas vidas durante quatro meses no Hospital *Santa Maria della Scala*, cuidando dos doentes e sepultando os mortos. Após este período, o próprio Bernardino veio a adoecer gravemente, passando mais quatro meses entre a vida e a morte.

Curado da doença, após um longo período de recuperação, Bernardino decide realizar sua vocação mendicante. Porém, nesse momento de decisão, se sente incapaz de decidir entre a Ordem dos Pregadores e a Ordem dos Frades Menores. Sua escolha recaiu sobre essa última, também conhecida como Ordem dos Observantes, pois seus princípios com relação ao distanciamento do mundo, a humildade e a pobreza, estão em afinidade com os princípios de Bernardino. Segundo Maffeo Vegio, colega e biógrafo de Bernardino, uma



visão em forma de sonho, uma “ratificação divina”, também teria influenciado e ajudado na decisão:

*“Ele viu a si mesmo num grande campo não cultivado, no meio do qual existia uma alta torre, e na torre, uma janela. Da janela saíam chamas, e no meio delas, uma mulher [apareceu], com seus cabelos todos soltos e seus braços abertos e elevados, gritou três vezes, Francisco.”*<sup>125</sup>

Maffeo Vegio completa dizendo que na interpretação do próprio Bernardino:

*“(...) o campo significa este mundo; a torre, Deus; o fogo, o Espírito Santo; a mulher, a vida religiosa ou a Igreja.”*<sup>126</sup>

Ao juntar-se aos Franciscanos, Bernardino parece ter alcançado sua paz interior, a completude de sua alma, pois permaneceu entre eles durante 42 anos, até o final de sua vida. Seu noviciado ocorreu durante os dois anos em que ficou no retiro *Il Colombaio*. Ali, seguindo a tradição de formação dos Observantes, Bernardino, de forma autodidata, presumivelmente concentrou seus estudos nas Sagradas Escrituras, no direito canônico e nos trabalhos de seus antecessores espirituais na Ordem Franciscana. Entre estes os principais foram: *Petrus Ioannis Olivi* (Pierre Olivi) e Ubertino da Casale, os quais, Bernardino estudou com afincio, copiando, parafraseando e citando, *ipsis litteris*, todo o material que tinha ao seu alcance. Bernardino sentia uma grande simpatia emocional e espiritual pelo entusiasmo apaixonado, devoto e reformista de Olivi e Ubertino. Não seria exagero dizer que eles estão presentes, de uma forma ou de outra, em cada sermão, tratado ou comentário de Bernardino. Entretanto, essa proximidade nunca foi explicitada durante suas pregações, muito menos seus nomes foram citados em seus escritos. Esse silêncio pode ser entendido como um sinal de prudência, já que naquela época os nomes de Olivi e Ubertino ainda estavam envolvidos por suspeitas de heterodoxia e dissidência.<sup>127</sup>

Bernardino também teve contato com os manuais e as referências bibliográficas costumeiramente utilizados na educação eclesiástica durante a idade média como: *artes praedicandi*, *summae confessorum* e *summae theologiae*. Entre as sùmulas teológicas, as de Alexandre de Hales<sup>128</sup> foram especialmente importantes para Bernardino, pois ele era o autor oficial dos textos teológicos da Ordem Franciscana. A consulta desses livros foi uma

constante na vida de Bernardino, na verdade, ele nunca deixou de ser um ávido estudante, deixando depois de sua morte uma substancial biblioteca pessoal.<sup>129</sup>

Após sua ordenação em 8 de setembro de 1404, Bernardino iniciou sua carreira, como pregador mendicante da Ordem Franciscana dos Observantes, pelas cidades da Itália central e setentrional. Infelizmente, esse período de sua vida não é muito bem documentado, mas podemos imaginar que através de tentativas e erros, Bernardino foi desenvolvendo-se, utilizando seus estudos e conhecimentos, de pregação em pregação, de cidade em cidade, ganhando prática e confiança, até a chegada de sua fama, aos 37 anos de idade, momento coincidentemente datado em 1417, após uma bem-sucedida missão na cidade de Milão. Carlo Delcorno, um dos editores mais recentes de Bernardino, denomina-o como “*a voz mais avidamente escutada*” da Itália durante a primeira metade do século XV<sup>130</sup>.

O sucesso e o prestígio alcançados por Bernardino levaram-no a receber três indicações para o bispado em três cidades diferentes: Siena (1427), Ferrara (1431) e Urbino (1435), as quais foram todas recusadas subsequentemente. As três mitras episcopais que frequentemente aparecem aos pés de Bernardino, em pinturas, quadros e demais representações, significam estas indicações rejeitadas.



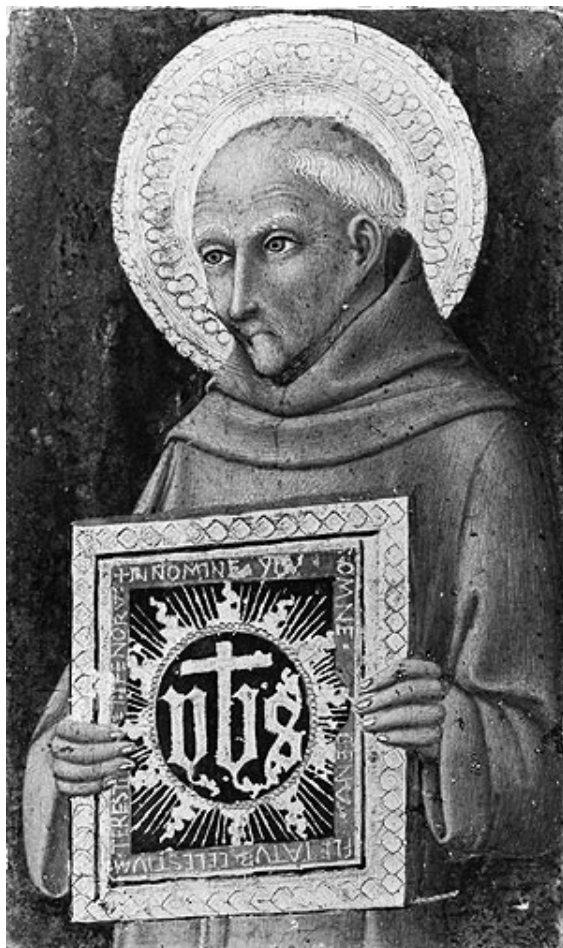
El Greco, *São Bernardino de Siena*, Museu El Greco, Toledo, Espanha, 1603.<sup>131</sup>

O humanista Maffeo Vegio, contemporâneo de Bernardino e seu biógrafo, comenta com graça e talvez satisfação a respeito da recusa do exercício dos ofícios diocesanos: “Por que ele deveria concordar em tornar-se bispo de uma única cidade, quando ele já é considerado o bispo de todas as cidades da Itália? (...) ...toda vez que ele entrava em cada cidade ou povoado, ele era recebido, celebrado e honrado com a mesma veneração dada a um papa. (...) não pareceria justo a ele ser feito bispo, uma vez que ele já era papa.”<sup>132</sup>

A influência, o prestígio e a autoridade moral que Bernardino desfrutava junto à população, podem ser descritos através do seguinte fato emblemático ocorrido durante uma visita de Bernardino a uma dada paróquia, de uma dada cidade: os paroquianos, insatisfeitos com o malquisto padre local, queriam expulsá-lo para que, em seu lugar, pudessem colocar um outro padre, infelizmente excomungado. Então, eles apelaram para que frade Bernardino restituísse ao excomungado seu legítimo status canônico. Bernardino objetou que não possuía autoridade para tanto, pois não era o bispo daquela diocese. Em resposta a esta oposição, um dos paroquianos argumentou: “Me parece que você não é somente nosso bispo, é nosso papa, tanto quanto nosso imperador.”<sup>133</sup>

Mesmo tendo toda essa força político-religiosa, e talvez justamente por sua causa, Bernardino não ficou livre das mais variadas ameaças e retaliações provenientes tanto dos grupos dominantes, quanto dos hereges, ou, os ditos subversivos da época. Ele próprio um tenaz perseguidor de hereges, especialmente bruxas, sodomitas e judeus, foi intimado a 3 julgamentos – Roma 1426/1431 e Basiléia 1438 –, acusado de vários crimes de heresia<sup>134</sup>, na visão de seus rivais, todos eles originários de sua extremada devoção ao Santo Nome de Jesus e a consequente propagação dessa idéia durante suas pregações, através da divulgação pública de uma tabuleta, um *logotipo*, uma marca criada por ele próprio, tendo o trigramma “IHS”<sup>135</sup> no centro da imagem figurativa de um sol incandescente sobre um fundo azul.

*“Ao concluir seus elevados sermões em Nome de Jesus, Bernardino levantava sua grande tabuleta IHS para que a audiência pudesse venerá-la. Os participantes que já estavam emocionalmente movidos por duas ou três horas da oratória do pregador, imediatamente explodiam em espalhafatosos espasmos, choro copioso e gritos descontrolados e violentos. Este espetacular público histriônico se repetida cidade após cidade.”*<sup>136</sup>



Sano di Pietro (1406–1481) - São Bernardino de Siena, tempera e ouro sobre madeira - Robert Lehman Collection, The Metropolitan Museum of Art, Nova Iorque, EUA.

Tendo em conta o êxito alcançado por Bernardino na sensibilização de suas audiências, através da somatória de seus sermões arrebatadores, estruturados com uma “inovadora” e sofisticada retórica popular<sup>137</sup> rica em metáforas e imagens fantásticas (*imagines agentes*), mais a utilização dessa tabuleta-cartaz, um aparato técnico de

pregação-propaganda, podemos imaginar que o desafeto de seus rivais da alta esfera do poder, não teria muita relação com a questão da fé e seus aspectos doutrinários, mas sim, com a questão da cobiça pela posse de um *novo* tipo de mecanismo de poder no momento histórico daquela sociedade, o “poder bernardiniano” da mobilização total das multidões através do espetáculo cênico público: o *show* audiovisual para massas.

Bernardino foi inocentado em todos os três julgamentos, tendo tido a ajuda, em um deles, de seu ilustre colega frade observante Giovanni da Capistrano. Bernardino triunfa sobre a morte pela segunda vez. Na primeira, ainda jovem, sobreviveu à Peste Negra. Desta vez, venceu inimigos e escapou de ser condenado a queimar na fogueira que ele próprio ajudava a atizar – o principal destino dos hereges naquele tempo<sup>138</sup>.

Bernardino também foi alvo de complôs, armadilhas e ameaças vindas do submundo que ele ajudava a criar, demonizando infiéis e pecadores. Quando em seus sermões categorizava bruxas, sodomitas, judeus e demais “marginalizados” como “inimigos da sociedade”, ao mesmo tempo criava explicitamente seus próprios inimigos. Assim, seus perseguidos, também perseguiam-no. Muitas vezes Bernardino saiu ileso, em outras não teve a mesma sorte:

*“Em Siena, logo após um sermão contra a sodomia, quatro sodomitas irados quase obtiveram sucesso num plano para atacar Bernardino à bastonadas; em Padova, ‘muitas ciladas foram preparadas por um certo homem’ que, como mais tarde confessara, quis matar Bernardino; outro plano de assassinato foi descoberto em Vicenza; em Viterbo, Bernardino foi publicamente esbofeteado, este humilhante ato de violência ocorrera, sem dúvida, devido a forte franqueza com que Bernardino fazia seus sermões. Em Áquila, capital de Abruzzo, alguns inimigos de Bernardino serram as pernas do púlpito de modo que, durante o sermão, o frade despencou diretamente sobre a multidão de pessoas que estava à sua frente, perdendo vários dentes e muito sangue como resultado desta peça.”*<sup>139</sup>

Como vigário dos Observantes da Toscana e Umbria (1421-1442), Bernardino também teve que lidar com ressentimentos e animosidades provenientes, até mesmo, de seus próprios irmãos franciscanos, quando retirou de muitos deles o direito de receber

confissões por causa de suas deficiências educacionais, e quando expunha sua sólida oposição a qualquer tipo de divisão formal dentro da família franciscana.<sup>140</sup>

Durante os quarenta anos de sua carreira de pregador franciscano, Bernardino varreu cidades, povoados e vilarejos italianos. De Veneza à Gênova, de Milão à Roma, cruzou diversas vezes a metade superior da península itálica, fazendo numerosas paradas entre um extremo e outro. Bernardino fez breves excursões à região norte e sul, indo respectivamente à Canton Ticino, nos Alpes, e até a cidade de Áquila, no Reino de Nápoles, onde morreu no dia 20 de maio de 1444, na véspera da Ascensão, hoje data oficial de sua festa.

A morte não encerrou a trajetória de poder, influência e prestígio de Bernardino, na verdade, serviu para desencadear a expansão definitiva de seus domínios. Podemos imaginar que sua ausência “nesse mundo”, causou em sua fiel audiência, um movimento de preenchimento dessa carência. Surgiu então, entre seus “consumidores” mais letrados, uma necessidade ainda maior de sua presença. Nesse sentido, “*a voz mais avidamente escutada*”, passou a ser uma “voz avidamente lida”, e através da bem organizada rede internacional dos franciscanos, seus tratados e sermões foram amplamente disseminados entre toda a família franciscana, incluindo aqueles ramos da ordem que estavam presentes na Terra Santa, Chipre, Ásia e até mesmo nas nações bárbaras. Não demorou muito para que Bernardino começasse a ser citado como um respeitado *auctoritates* por pregadores e compiladores de tratados morais.

Entre seus “consumidores” mais fiéis, mais e/ou menos letrados, “*a voz mais avidamente escutada*” passou a ter seu “nome mais avidamente evocado”. Assim, como o próprio Bernardino ensinara a evocar seus ensinamentos, os ensinamentos da Igreja, e o santo nome de Jesus, em prol de uma vida virtuosa e plena de graça divina, agora seu próprio nome também passaria a ser evocado como uma chave entre mundos, a chave de acesso ao poder milagroso da fé.

*“...milagreiro ainda em sua vida terrena, Bernardino tornou-se, um taumaturgo ainda mais prodigioso, após sua morte: milagres aos milhares foram atribuídos a ele. De Milão e da Inglaterra, chegaram cartas de Filippo Maria Visconti e Henrique VI, procurando por relíquias*

*que os curassem de seus males crônicos; da França, em gratidão pelo milagre que salvou a vida do filho de Luís XI, este enviou um magnífico sarcófago de prata feito especialmente para receber o corpo do então frade canonizado. Em Siena, o jumento sobre o qual Bernardino viajou milhas e milhas de distância foi literalmente e integralmente depilado numa afobação exasperada em busca de relíquias milagrosas.*”<sup>141</sup>

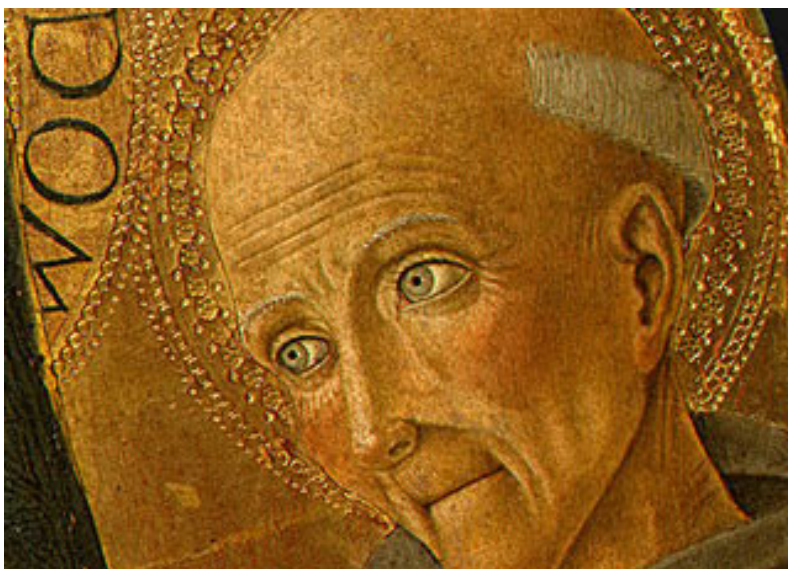
Foram necessários somente 6 anos para que Bernardino fosse canonizado, tamanha a quantidade de evidências de sua santidade e o grande clamor para que o seu *status* de santo fosse oficialmente reconhecido, incluindo até mesmo uma solicitação de Afonso, ilustre rei de Aragão. Reafirmando toda essa prodigiosa reputação, Giacomo della Marca, um querido companheiro de Bernardino, diz: “...desde São Pedro, até os dias de hoje, não existiu nenhum santo que não tenha esperado 20, 30, e em alguns casos 100 anos para que fosse canonizado.”<sup>142</sup>

Bernardino foi canonizado em 1450, num domingo de Pentecostes. Presentes em Roma, numa triunfante cerimônia, 40.000 pessoas de quase todas as partes da Europa.

Por razões desconhecidas, a popularidade de São Bernardino de Siena decaiu entre o final do século XV e a primeira metade do século XVI, a julgar pela quantidade de cópias das edições ainda existentes de seus trabalhos impressos, as quais são raras, em comparação com a quantidade de cópias disponíveis de outros pregadores, menos importantes, mas do mesmo período, como Caracciolo.

Entretanto, no final do século XVI e durante todo o século XVII – isto é, período pós Concílio de Trento – a voz de Bernardino voltou, mais uma vez, a soar em alto e bom som. Novas edições de sua *Opera Omnia* foram impressas em Veneza (1591), Paris (1635) e Lyon (1650). Em seus monumentais comentários sobre as Escrituras, Cornelius a Lapide, um famoso jesuíta cita os sermões de Bernardino como sendo “pios e eruditos”. São Bernardino volta inclusive nas artes, tendo sido nesse período um dos santos franciscanos mais retratados em pinturas e quadros.

Desde então, São Bernardino continua sendo uma importante referência na Igreja Católica e seu culto tem se espalhado para além da Europa, através do trabalho missionário dos franciscanos em todo mundo, mas especialmente nas Americas, onde cidades e outras localidades foram fundadas com seu nome.



Benvenuto di Giovanni – *Madona e Criança com S. Jerônimo e S. Bernardino de Siena*, c.1480-1485 – Widener Collection – detalhe: rosto de São Bernardino de Siena.



“...extra unicum et catholicam fidem  
nemo salvari potest...”  
(São Bernardino de Siena, *Opera Omnia*)<sup>143</sup>

A vocação central da Igreja Católica é o exercício do poder absoluto. Seu próprio nome revela essa pretensão: *katholikós* do grego, significa “universal”, seus atos escancaram sua designação.

Ao assumir a idéia intransigente da crença na existência de um Deus único – onipresente, onisciente e onipotente –, num movimento de apropriação do monoteísmo judaico revisitado pelo advento de Cristo na forma do mistério da Santíssima Trindade do *Pai, Filho e Espírito-Santo*; ao afirmar que somos *todos* filhos deste Deus todo-poderoso e portanto irmãos “inegáveis” de uma mesma família; e ao promover o universalismo desta crença, incessantemente e a todo custo, através de guerras, perseguições, inquisições e massacres *quase sempre* exitosos, convencendo ou vencendo pela força das palavras e das armas, a tudo e a todos que pudessem oferecer resistência ou ameaça à realização de sua profissão de fé, a Igreja Católica, profícua herdeira do imperialismo romano, legitimou a política do totalitarismo e ajudou a construir o mistério, a tradição e a memória da dominação pelo poder verticalizado: na esfera da religião e do sagrado, emanado de um único Deus celeste – *Hosana nas alturas!* –, representado simbolicamente em terra pela infalibilidade da autoridade do Sumo Pontífice; na esfera do Estado e do mundano, emanado de uma figura correspondente, uma representação que, ao contrário daquela papal na qual está uma de suas origens, foi se transformando através dos tempos e das conveniências históricas, sem perder sua essência: imperadores e reis absolutistas<sup>144</sup>, déspotas esclarecidos, imperadores e reis populares, primeiros-ministros, presidentes, líderes populares carismáticos (*duci* e *führers*), denominações diferentes de uma mesma função soberana, encarnar o poder supremo.

A persistência desta estrutura de dominação vertical e universal é a base do atual totalitarismo, chamado “globalização”<sup>145</sup>. Seu credo é laico, sua profissão é tecnocientífica,

sua trindade sócio-político-econômica: hoje, ninguém pode ser salvo fora das massas de consumo, da panacéia democrática e do mercado-solução. O que nos torna irmãos é o medo de estarmos fora deste universo, o medo da desobediência à nova ordem que se estabelece. A ira divina se renova. Os apartados, por escolha ou imposição, sofrerão mais uma vez pela mão do próprio homem.

A promoção racional das guerras, o terrorismo de Estado, a fome, as agressões ao meio-ambiente, as pandemias exóticas, o consumismo e a própria idéia da “inclusão”, tão propagada neste início do século XXI, colocam em cena o drama de uma permanência que se mostra contrária ao discurso triunfante da evolução da humanidade. Nesse sentido, existiria um avanço político qualitativo na diferença apregoadada entre o absolutismo do “*L'Etat, c'est moi*”, que era sustentado pelo sacro poder do catolicismo através da idéia do direito divino dos reis e a democracia do “*A voz do povo é a voz de Deus*”, que é sustentada pela razão da opinião pública, uma maioria matemática construída pelo poder persuasivo e ilusivo da propaganda?

Assim como o sagrado e o profano, a forma e o conteúdo, a fé e a razão, a política e religião são elementos complementares que quando bem amalgamados se tornam essencialmente indissolúveis, resultando numa força contínua, num poder perpétuo que pode alterar seu vulto, mas não deixará de existir.<sup>146</sup> Este é o poder supremo das uniões antagônicas: *ego sum Alpha et Omega principium et finis dicit Dominus Deus qui est et qui erat et qui venturus est Omnipotens*.<sup>147</sup>

Vivo e morto, homem e santo, Bernardino degli Albizeschi contribuiu ativamente em diversas frentes para que a Igreja Católica permanecesse exercendo sua supremacia ideológica sobre corpos e almas, da alta Idade Média até os nossos dias. Se imaginarmos o capitalismo, atual ideologia dominante, como o herdeiro direto do poder católico (universal), Bernardino, hoje, poderia ser considerado um *self made man*, um virtuoso de ação multidisciplinar: voluntário, propagandista, teórico, marqueteiro, executivo, educador, promotor, comunicador, pensador econômico<sup>148</sup>, celebridade, designer, publicitário, consultor e político.

Assim, ao nos aproximarmos de Bernardino e seus atos, nos aproximamos de uma das origens<sup>149</sup> do atual sistema capitalista hegemônico e seus modos de propagação e dominação, tanto no âmbito político-econômico, quanto no sócio-cultural. Isso porque

Bernardino, como vimos anteriormente em sua breve biografia, foi um personagem complexo e de grande relevância histórica, não só para a Igreja Católica, a organização política mais importante da Idade Média, mas também para o empreendimento da própria Ordem Franciscana que durante os 64 anos de vida de Bernardino experimentou um crescimento de mais de 3000% no número de seus integrantes, saindo dos iniciais 130 para 4.000 membros.<sup>150</sup>

*“Inspirados pelas palavras e pelos exemplos deste magro, desleixado e simples frade, multidões de jovens – emprestando uma imagem de Dante – ‘jogavam fora seus sapatos e corriam’ – para seguir Bernardino em meio às fileiras da Observância Franciscana.”<sup>151</sup>*

Mas o trabalho de *marketing* e propaganda mais importante e fundamental que Bernardino desenvolvia era aquele junto ao cobiçado mercado consumidor. Bernardino atuava como ninguém no *negócio das almas* e sua especialidade era a “fidelização” incondicional de sua audiência à Nosso Senhor Jesus Salvador dos Homens. Como pregador mendicante, sua estratégia principal era estar próximo ao povo, por isso, atuava preferencialmente em praça pública. Além de vender a idéia da fé cristã para a Igreja Católica, acabava por ser um importante formador de opinião, pois exercia uma profunda influência sobre a vida quotidiana dos milhares<sup>152</sup> de “consumidores” que assistiam atentos às suas pregações, como se estivessem defronte a um espetáculo, um show, uma celebração, uma manifestação popular, comício, uma projeção cinematográfica, ou até mesmo diante de um aparelho de rádio ou televisão durante o horário nobre da programação, todos espacialmente separados, mas temporalmente agrupados numa massa virtual homogeneizada pelo foco da atenção.

*“Oh! Quantos serão está manhã que dirão: ‘eu não sabia o que devia fazer; eu acreditava estar fazendo o bem, e estava fazendo o mal’. E recordando-se desta pregação, dirá a si mesmo: ‘Oh! Eu agora sei claramente o que devo fazer.’ (...) E quando for fazer um contrato, você pensará antes dizendo: ‘O que disse frade Bernardino? Ele me disse assim: isto é mau, não me convém fazê-lo, isto é bom, vou fazê-lo.’”<sup>153</sup>*

Esta multidão atenta era frequentemente composta por pessoas de todos os estratos da sociedade: papas, imperadores, reis, duques, senhores feudais e suas senhoras, chanceleres, prefeitos, reitores e outros líderes civis, docentes universitários, estudantes, humanistas, padres, freiras, comerciantes, lojistas e suas famílias, aristocratas urbanos, pobres, além de fazendeiros e trabalhadores rurais que viajavam do campo até a cidade, povoado, vilarejo ou castelo mais próximo, onde Bernardino tivesse agendada uma pregação.<sup>154</sup> Estes grupamentos são um fenômeno social peculiar à alta Idade Média, aconteciam repetidamente por toda a Europa Cristã – em concomitância com a ascendência das ordens mendicantes Franciscanas e Dominicanas –, educando o comportamento das almas e criando um lastro de memória pulsante, que reverberou e reverbera nos eventos onde a massa mobilizada serve como “personagem principal” para as construções das narrativas da História moderna; como ocorreu nas Revoluções Francesa e Russa, no totalitarismo Nazi-Fascista e nos atuais movimentos de massa da era da globalização, capitalizados indistintamente pelas ideologias existentes através de eventos como: eleições, passeatas e manifestações populares “pró” e “contra” – organizadas por movimentos partidários, sindicais e religiosos –, espetáculos arrecadatários para filantropia, mega-shows de cunho político-solidário, eventos esportivos e culturais planetários patrocinados por corporações transnacionais com intuito de propagar o consumismo, e etc... “Sem evento, não existe história.”



Foto: Kelechi Amadi-Obi – *No Event No History*, Lagos, Nigéria (2003).<sup>155</sup>

Franco Mormando evidencia o caráter político-ideológico e a relevância social da atividade dos pregadores durante a Idade Média, e nos aproxima da natureza e do objetivo do trabalho desempenhado por São Bernardino de Siena como formador de opinião e agente dos interesses da Igreja Católica, organização político-religiosa da qual fazia parte, dispondo de grande prestígio e influência:

*“Naquele tempo, antes do triunfo da imprensa, a pregação era o mais importante meio de comunicação e persuasão de massa. Pregadores populares bem sucedidos como Bernardino e seus muitos discípulos nessa ‘época de ouro da pregação Franciscana’ eram, portanto, influentes disseminadores de informação, formadores de opinião e poderosos controladores do dia-a-dia, talvez muito mais que muitas outras categorias do corpo eclesiástico.”*<sup>156</sup>

*“Os cidadãos da Europa Cristã não chegavam ao mundo já sabendo quem eram seus inimigos; eles tinham que ser ensinados, e neste como em todos os outros assuntos sócio-morais a fonte de instrução primordial e de maior autoridade eram os pregadores. Bernardino se prontificou com boa vontade e energia para essa tarefa. Durante sua longa, entusiasmada e incansável carreira no ensino público, frade Bernardino tinha muito a dizer com relação a quem era, e quem não era, aceitável na decente e respeitável sociedade cristã. Fazendo isso, ele contribuía enormemente para uma lenta, mas duradoura cristalização dos estereótipos negativos e inimigos dos ‘inimigos da fé’, e assim contribuía também para o crescimento da intolerância. Inaceitabilidade moral, claramente significava perseguição, ostracismo, e a vezes até mesmo a morte. O objetivo supremo e não declarado da missão pública de Bernardino era o fomento do grande sonho medieval da total teocracia cristã, aquela sociedade moralmente e socialmente homogênea na qual a doutrina cristã tinha a primeira e a última palavra. Um sonho desse tipo nunca foi, nem nunca seria concretizado, ainda que muitos – incluindo Bernardino e a hierarquia da Igreja – se comportassem como se isso fosse possível. A busca deste objetivo significava a eliminação ou pelo menos o drástico isolamento daqueles subversivos ‘elementos estranhos’ ao ‘Corpo de Cristo’.*

*“Isolamento ou eliminação (através da execução) são medidas aconselhadas de modo franco, vigoroso e contínuo, pelo frade intransigente durante os 40 anos de suas zelosas campanhas evangélicas através da Itália central, setentrional e meridional, dos Alpes até Abruzzo. Um sinal facilmente visível do sucesso e da ampla disseminação da palavra de Bernardino é a sua*

*‘assinatura’, o onipresente monograma do ‘Sagrado Nome de Jesus’ (IHS): letras góticas no centro de um círculo no formato de um sol intenso sobre um fundo azul, um desenho elaborado pelo próprio Bernardino. Até mesmo o viajante menos atento não poderia deixar de notar o monograma bernardiniano presente nas fachadas dos edifícios públicos e privados das cidades, povoados e vilarejos de toda a Europa ocidental, especialmente na Itália. Outro sinal concreto da efetividade da missão pública de Bernardino é a incorporação de suas idéias, e em alguns casos até mesmo doutrinas pontuais transmitidas em suas pregações, junto a legislação específica adotada em diversas cidades italianas. Mesmo onde nenhuma legislação era adotada – ou, se adotada não era cumprida – emoções eram contudo revolvidas e atitudes eram formadas ou confirmadas contra aqueles ‘inimigos da sociedade’ que Bernardino identificava.’”<sup>157</sup>*

A intensidade do totalitarismo presente na vocação de Bernardino e da própria Igreja Católica – a idéia da “*total teocracia cristã, aquela sociedade moralmente e socialmente homogênea na qual a doutrina cristã tinha a primeira e a última palavra*”, como nos diz Franco Mormando –, suas características, desdobramentos e conseqüências através dos tempos, nos faz recordar e traçar uma correspondência com outras idéias totalitárias, historicamente mais próximas e até mesmo contemporâneas. Os atores destas idéias totalitárias de dominação universal, se utilizaram e se utilizam das práticas e dos mecanismos disseminados hoje como propaganda política e publicidade. A memória e a persistência desse contorno político-ideológico da “missão pública” de Bernardino e da Igreja Católica, se fazem ainda mais nítidas e arquetípicas quando confrontadas com as palavras de Jean-Marie Domenach em seu livro *A Propaganda Política*:

*“Limita-se a propaganda de tipo publicitário a campanhas mais ou menos espaçadas cujo padrão é a campanha eleitoral; é a valorização de certas idéias e de certos homens mediante processos bem delimitados, expressão normal da atividade política. Outro tipo de propaganda, de tendência totalitária, decorre da fusão da ideologia com a política; intimamente ligada a progressão tática, joga com todas as “molas” humanas. Não se trata mais de uma atividade parcial e passageira, mas da expressão concreta da política em movimento, como vontade de conversão, de conquista e de exploração. Está, essa propaganda ligada à introdução, na história moderna, das grande e sedutoras ideologias políticas, tais como o jacobinismo, o marxismo e o fascismo, e ao embate de nações e blocos de nações nas novas guerras.*

*“De uma ou de outra maneira, a propaganda foi secularizada pelo jacobinismo e pelas grandes ideologias modernas. Mas, desviando-se, não regressa ela às suas origens? Trata-se, ainda, de difundir uma fé – ‘Fide Propaganda’ – por certo, de uma fé terrena, cuja expressão e disseminação muito pedem emprestado à psicologia e à técnica das religiões. A propaganda inicial do cristianismo muito deveu ao mito escatológico. Igualmente, as novas propagandas políticas têm haurido inspiração numa mitologia de libertação e de salvação, ligada, contudo, ao instinto de potência e de luta – mitologia ao mesmo tempo guerreira e revolucionária. Empregamos a palavra ‘mito’ no sentido que lhe atribuiu Sorel: ‘Os homens que participam dos grandes movimentos sociais vêem sua própria ação sob a forma de imagens de batalhas asseguradoras do triunfo de suas causas. Proponho o nome de mito a essas idealizações’. Tais mitos, que tocam no mais profundo do inconsciente humano, constituem representações ideais e irracionais ligadas à luta; exercem sobre as massas poderosa influência dinamogênica e coesiva. As grandes propagandas alimentam-se largamente nessas mesmas fontes: uma só história, militar e revolucionária, da Europa; um só desejo veemente: o da comunidade perdida. Muito diferente, entretanto, é o modo pelo qual orquestram e orientam os velhos sonhos aguçados e recalçados pela sociedade moderna.”*<sup>158</sup>

Diante da enormidade de seu objetivo, sua “missão pública” católica como educador, comunicador e publicitário, Bernardino não poderia ser nada além de popular em sua profissão de fé. Popular no estilo, popular no método, em suma, seus sermões, suas pregações, seus ensinamentos e por fim ele próprio, deveriam ser amplamente acessíveis. O humanista Maffeo Vegio, um de seus primeiros biógrafos, nos conta a respeito das qualidades de sua voz que era, segundo ele, “*suave, clara, sonora, distinta, explícita, sólida, penetrante, cheia, abundante, elevada e eficaz.*”<sup>159</sup>

Através da memória, façamos uma aproximação mercadológica: imaginemos um vendedor ambulante, um feirante dos nossos tempos, sem qualquer auxílio eletroeletrônico das aparelhagens de amplificação sonora, fazendo seu trabalho diário em meio a multidão das grandes cidades... Imaginemos São Bernardino de Siena fazendo seu trabalho em suas próprias palavras e voz:

*“Venham ouvir o predicator, duas ou três horas que vocês vão adorar!”*<sup>160</sup>

No *negócio das almas*, Bernardino enfrentava forte concorrência na busca por audiência, já que a praça pública, ponto de grande concentração popular, e não por outro motivo seu local preferido de atuação, também era sempre o lugar preferido dos artistas de rua, palhaços, bufões, comediantes, cantores e saltimbancos. Todos estes atores, incluindo Bernardino, utilizavam técnicas muito parecidas para capturarem a atenção dos indivíduos que dariam corpo às massas. O celebre episódio do padre jesuíta numa praça de Nápoles que ao se deparar com a impossibilidade de vencer a concorrência, na ocasião, um espetáculo de fantoche, decidiu por brandir o crucifixo gritando: “*É este o verdadeiro Pulcinella!*”, nos dá uma noção da “ferocidade” das disputas envolvendo o “ibope”, ou a atenção das audiências.<sup>161</sup>

São Bernardino da Siena era mais eficaz. Aos concorrentes, assim como apregoa o atual *marketing de guerra*, reservava a tática da “terra arrasada”, como vemos nessas advertências mortais proferidas durante sua pregação em Florença, na igreja de Santa Croce, na quaresma de 1424; palavras de condenação divina dirigidas àqueles que se arriscam a “roubar” o seu público:

*“As cantorias públicas nos dias festivos da Igreja e, acima de tudo, naqueles dias de quaresma, é pecado mortal. Quem canta, quem escuta, quem ajuda na cantoria ou favorece-a de algum modo, está em pecado mortal. Quem pode cantar, que não o faça.”*<sup>162</sup>

Na esteira desta memória está o *Bourrage de Crâne*<sup>163</sup> que “de 1914-1918 abriu o caminho às grosseiras mentiras do hitlerismo. Surgem das guerras recentes completo vocabulário de intimidação e uma mitologia inteira da conquista. As guerras serviram de laboratório para os técnicos de psicagogia, como o serviram para os engenhos mecânicos. A propaganda ligou-se à guerra à ponto de se lhes substituir naturalmente: desde 1947, nutriu a ‘guerra fria’, tal como alimentou, em 1939, a ‘guerra de nervos’... A atual propaganda é a guerra levada a cabo por outros meios.”<sup>164</sup>

Profundo estudioso e praticante arguto dos ensinamentos elaborados pelos Doutores da Igreja, frade Bernardino conhecia muito bem o manejo e o poder das palavras. Através do patrístico Santo Agostinho, *Doctor Gratiae*, e seu tratado *De Doctrina Christiana*, pôde



apreender a mitologia da conquista muito antes que a era moderna inaugurasse a sua sucessão de monumentos históricos em homenagem à “conquista” e seus sócios eternos: o jugo, a intolerância e o extermínio; começando pelos genocídios indígenas em consagração às conquistas coloniais das Grandes Navegações, passando pelas limpezas étnicas consagradas às “conquistas” tecnológicas, até desembocar nestes tempos de conquistas espaciais... Quais serão seus monumentos? Isso não importa, serão recorrências. O importante é que serão todos democráticos, alicerçados pelas palavras de Santo Agostino, Pai da Igreja, a mesma Memória que fundou e sustentou o catolicismo, o absolutismo, e tantas outras ideologias e regimes que se fizeram preponderantes: “...ensinar é uma necessidade, agradar é gentileza, persuadir é vitória.”<sup>165</sup>

Persistindo sobre as marcas deixadas pelo terror da campanha do jacobinismo<sup>166</sup> que, como nos disse anteriormente Domenach, foi um dos agentes da secularização da propaganda durante as conquistas populares da Revolução Francesa, encontramos mais uma tradução secularizada dos ensinamentos e memórias do poder, agora, pertencentes ao domínio do capitalismo e da democracia. O ator desta persistência se chama Edward Louis Bernays, considerado por muitos como sendo o Pai das Relações Públicas<sup>167</sup>.

Edward L. Bernays, judeu de origem austríaca, nasceu em 22 de novembro de 1891 em Viena. Imigrou com seus pais para os Estados Unidos quando tinha apenas 1 ano de idade. Faleceu em 9 de março de 1995, aos 103 anos, em Cambridge, Massachusetts. Sua extraordinária longevidade parece ter sido um reflexo de sua biografia não menos espetacular. Edward Bernays parece ter encarnado a principal coação existencial de nossa era – *sem evento, não existe história*. Como se o mero existir não lhe fosse suficiente, buscou fazer parte da história, não sendo mais um personagem anônimo diluído nas massas, mas escrevendo suas histórias, criando-as através da *New Propaganda*<sup>168</sup> e das Relações Públicas, as artes modernas da dominação pela persuasão. Desse modo, como fazedor de eventos, agente do capital e da democracia, esteve envolvido, direta ou indiretamente, em *quase* todos os principais acontecimentos do século XX, existiu, fez com que existissem, e assim foi consagrado “Pai”.

*“Nos dias em que reis eram reis, Luís XIV mencionou modestamente: ‘L’Etat c’est moi’. Ele estava quase certo. Mas os tempos mudaram. A máquina a vapor, a tipografia múltipla e a escola pública, aquele trio da revolução industrial, tirou o poder dos reis e passou-o para as mãos do povo. Na verdade, o povo ganhou o poder perdido pela realeza. O poder econômico tende a extrair sua força do poder político: a história da revolução industrial mostra como o poder passou do rei e da aristocracia para a burguesia. O sufrágio e a escola universais reforçaram esta tendência, até o ponto em que mesmo os burgueses ficaram temerosos com a possibilidade de que um dia o povo comum pudesse tornar-se rei. Hoje, entretanto, uma reação se iniciou. A minoria descobriu uma poderosa ajuda para influenciar as maiorias. Isso tem sido possível com a modelagem da mente das massas que direcionarão assim sua força, recentemente obtida, no sentido desejado pelas minorias. Na estrutura da sociedade atual, esta prática é inevitável. Seja qual for a influência social que se queira exercer hoje, seja ela na política, finanças, indústria, agricultura, caridade, educação, ou qualquer outro campo, ela deve ser exercida com ajuda da propaganda. A propaganda é o braço executivo do governo invisível. (...) O mecanismo pelo qual idéias são disseminadas em larga escala é a propaganda, num sentido mais amplo, um esforço organizado para espalhar uma crença ou doutrina em particular.”*<sup>169</sup>

A genealogia de Edward Bernays é algo que se sobressai. Sigmund Freud, considerado o Pai da Psicanálise, era seu duplo tio: sua mãe Anna era irmã de Freud e seu pai Ely, era irmão da esposa de Freud. Sobrinho e tio trocaram correspondência entre 1919 e 1933, a maior parte delas sobre negócios; Edward Bernays era uma espécie de empresário do tio, cuidando de assuntos relacionados à publicação, direitos, *royalties* e até oferecendo oportunidades de conferências. Edward Bernays foi responsável pela estréia editorial de Freud nos Estados Unidos, com a tradução e a publicação das célebres *Lições de Introdução à Psicanálise*. Tensões com Ernest Jones e Dr. Otto Rank<sup>170</sup>, amigos de Freud, estragaram os planos de Bernays em participar de outros projetos de publicações, mas não comprometeram os proveitos desse relacionamento entre o Pai da Psicanálise e o Pai das Relações Públicas. Como diz Larry Tye em seu livro sobre o pai do engendro: “Ao observarmos Eddie (Edward) destilando o nome do tio através dos anos, ao ponto da *Variety*<sup>171</sup> apelidá-lo de ‘sobrinho profissional’, é fácil admitir que ele tenha se aproveitado da situação. Mas a correspondência entre eles sugere que se houve um aproveitamento, ele ocorreu de ambos os lados. E isso deixa claro que o relacionamento Bernays-Freud foi mais complexo e mutuamente enriquecedor do que possa parecer.”<sup>172</sup>

Edward Bernays era hesitante em admitir a direta influência exercida por seu tio Freud em seu trabalho: “... o consciente, o inconsciente, o subconsciente e o superego eram ‘de casa’ [relembrando como ele e seus pais conversavam frequentemente sobre psicologia na mesa do jantar], assim como eu suponho que um corretor da bolsa de valor discuta sobre os preços de mercado das ações da ‘American Radiator’ e da ‘U.S. Steel’. (...) E eu atribuo tudo o que eu apreendi sobre Freud mais por absorção do que pela diligente leitura de Freud.”<sup>173</sup>

Em 1971, ao ser questionado por um entrevistador se ele pensava que em seu trabalho de projetar o caráter de corporações e outras entidades dentro da mente do público, ele havia sido influenciado por Freud, Edward Bernays respondeu: “Bem, eu fico contente por você ter levantado essa questão com as palavras que você utilizou, porque isso indica o mal-entendido que ainda prevalece a respeito das relações públicas. Era raro que eu me interessasse em projetar caracteres na mente pública. Eu me interessava muito mais em influenciar uma ação, deixando que a ação, ela própria, se projetasse no público.”<sup>174</sup>

Larry Tye, pesquisador do espólio documental de Edward L. Bernays, depositado na Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos, não hesita sobre o tipo de influência que Freud exerceu sobre o sobrinho:

*“... Eddie era um dos mais fiéis estudantes e um dos mais freqüentes imitadores de Freud. Ele dividia, com Freud, o desdém pelas religiões em geral e pelo judaísmo de seus antepassados, os quais ambos viam como superstições. Assim como Freud, ele se rebelou contra o superego, sentindo que essa instância era um obstáculo às suas realizações de ‘self made man’ que ele estava determinado a ser. Ele seguiu o exemplo de Freud e escreveu livros que estabeleceram uma estrutura para a sua profissão. Mais que tudo, Eddie emprestou de seu tio, a compreensão clara da natureza íntima dos símbolos e de outras forças que motivam as pessoas, usando-os como tijolos edificantes da arte e da ciência das Relações Públicas. No final das contas, Eddie estava preocupado com a arena pública e Freud estava cativado pelas questões privadas e introspectivas. Eddie era essencialmente um sociólogo, Freud permanecia um psicólogo comprometido. Enquanto Freud procurava libertar as pessoas de seus desejos e desígnios subconscientes, Eddie procurava explorar aquelas paixões.”*<sup>175</sup>

Além da psicologia individual, Sigmund Freud também se interessou pela psicologia social e, dessa forma, pela questão do domínio das minorias sobre as majorias, o campo de atividade de seu sobrinho. Em 1921, escreveu *Psicologia de Grupo*<sup>176</sup>, uma crítica que contribuiu para o aprofundamento dos trabalhos desenvolvidos pelo sociólogo francês Gustave Le Bon que, em 1895, havia publicado *Psicologia das Multidões*, uma obra baseada nos desdobramentos políticos da Revolução Francesa e que serviu, por décadas, como *Bíblia* para aqueles que, como Edward Bernays, estavam preocupados com o clima de inquietação popular e seu controle. Suas teorias inspiraram a grande onda mundial de regimes totalitários que se iniciou a partir da primeira Guerra Mundial. Diz Gustave Le Bon, na introdução de sua *Psicologia das Multidões*:

*“A época atual constitui um dos momentos críticos em que o pensamento humano se acha em via de transformação. Dois fatores fundamentais se notam na base dessa transformação. O primeiro é a destruição das crenças religiosas, políticas e sociais, de que procedem todos os elementos da nossa civilização. O segundo, a criação de condições de existência e de pensamento inteiramente novas, originadas pelas descobertas modernas das ciências e da indústria. Sendo ainda muito pujantes as idéias do passado, conquanto abaladas, e achando-se ainda em via de formação as idéias que as devem substituir, a idade moderna representa um período de transição e de anarquia. De tal período, forçosamente um pouco caótico, não é fácil dizer atualmente o que poderá provir um dia. Em que idéias fundamentais se edificarão as sociedades que sucederão à nossa? Ainda ignoramos. Mas, desde já se pode prever que, na sua organização, elas terão de contar com uma potência nova, última soberana da idade moderna: a força das multidões. (...) Há apenas um século, a política tradicional dos Estados e as rivalidades dos príncipes constituíam os principais fatores dos acontecimentos. A opinião das multidões não tinha, as mais das vezes, nenhuma importância. Hoje, as tradições políticas, as tendências individuais dos soberanos, as suas rivalidades têm diminuto valor. As voz das multidões tornou-se preponderante. Ela dita aos reis a sua maneira de proceder. Já não é nos conselhos dos príncipes, porém na alma das turbas, que se preparam os destinos das nações. (...) Pouco aptas ao raciocínio, as multidões se mostram, ao contrário, muito aptas para a ação. A organização atual torna imensa a sua força. Os dogmas que vemos surgir terão dentro em pouco adquirido a pujança dos velhos dogmas, isto é, a força tirânica e soberana que se acha ao abrigo das discussões. O direito divino das turbas substitui o direito divino dos reis. (...) O conhecimento da psicologia das multidões constitui o recurso do estadista que quer, não governar as turbas – isso se tornou hoje muito difícil [Le Bon não pôde*

observar a experiência nazi-fascista e seus aparatos tecnológicos de comunicação] – *porém, pelo menos, não ser completamente governado por elas.*”<sup>177</sup>

“*Crystallizing Public Opinion*” (1923) e “*Propaganda*” (1928) são livros fundamentais, nos quais Edward Bernays, escorado na reputação de Freud, lança as idéias que serão a base de sustentação de uma nova atividade profissional; assim, através destas duas obras, ele engendra os eventos que trarão vida à sua própria profissão. Nestes dois livros, Bernays descreve detalhadamente as funções da propaganda e das relações públicas, deixando evidente que Freud não foi o único a influenciá-lo de modo decisivo. Através das idéias de Edward Bernays podemos ver uma clara atualização das teorias de Gustave Le Bon, juntamente com exemplos práticos de suas aplicabilidades.

Da mesma forma que foi influenciado, Edward Bernays, com seu conjunto teórico-prático, influenciou, serviu e serve de exemplo, foi e ainda é desencadeador de muitos acontecimentos. Rememorando a idéia “sem evento, não existe história”, uma influência intrigante e expressiva foi aquela exercida sobre Paul Joseph Goebbels, principal responsável pela propagação do ideário do nacional-socialismo que culminou com a ascensão de Hitler ao poder e a consolidação do nazismo como um regime totalitário belicista, aspirante à dominação universal, posição política que arrastou o mundo para II Guerra Mundial.

Joseph Goebbels, político, jornalista, escritor alemão e um dos mais fanáticos integrantes do Partido Nacional Socialista Alemão dos Trabalhadores (*NSDAP - Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*), popularmente conhecido como Partido Nazista, era doutor em filosofia e literatura pela Universidade de Heidelberg. Obteve sua titulação em 18 de novembro de 1921, sob orientação de Max Baron von Waldberg, um professor judeu, autor de vários trabalhos sobre a história da literatura.<sup>178</sup> Como membro do Partido Nazista, Joseph Goebbels foi *Gauleiter* de Berlim<sup>179</sup> (1926 a 1945), Ministro da Propaganda do III Reich (1933 a 1945) e depois do suicídio de Hitler, em 30 de abril de 1945, ocupou o cargo de Chanceler do III Reich por algumas horas, antes de cometer também o suicídio, seguindo os passos de seu *führer*.

Edward Bernays, em sua autobiografia chamada *Biography of an Idea*, relembra um jantar em sua casa, em 1933, quando “Karl von Weigand, correspondente estrangeiro do jornal Hearst, um *expert* em assuntos europeus, recém-chegado da Alemanha, nos contava sobre Goebbels e seus planos de propaganda para consolidar o poder nazista. Goebbels mostrara a Weigand sua coleção de livros sobre propaganda, a melhor que Weigand tinha visto até então. Goebbels, disse Weigand, estava usando meu livro *Crystallizing Public Opinion* como base para a sua destrutiva campanha contra os Judeus da Alemanha. Isso me chocou. (...) Mas eu sei que qualquer atividade humana pode ser utilizada para fins sociais, ou mal utilizada para propósitos anti-sociais. Obviamente o ataque contra os Judeus da Alemanha não era uma explosão emocional dos nazistas, mas uma campanha deliberadamente planejada.”<sup>180</sup>

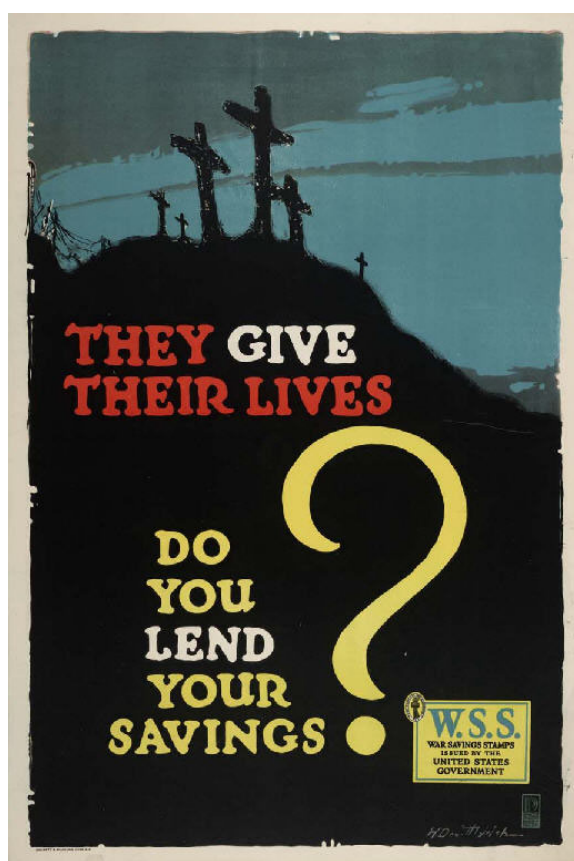
Deliberadamente planejadas, também foram as campanhas e ações do *U.S. Committee on Public Information* (CPI), ou *Creel Commission*<sup>181</sup>, como ficou conhecida a comissão de propaganda governamental instituída por decreto pelo presidente norte-americano Woodrow Wilson, em 13 de abril de 1917. Eleito em 1916, em meio a I Guerra Mundial, Wilson tinha como plataforma eleitoral a “Paz sem Vitória”, uma proposta que ia ao encontro com a opinião pública que na época era extremamente pacifista e não via nenhuma razão para envolver-se numa guerra na distante Europa. No entanto, a administração Woodrow Wilson estava na verdade comprometida com a guerra. Para governar a situação, Wilson criou a *Comissão Creel*, uma agência independente que tinha como um de seus objetivos: convencer *democraticamente* a população norte-americana da necessidade da adesão ao conflito. Em seis meses de trabalho a comissão de propaganda governamental converteu uma população pacifista, numa população histérica, sedenta pelo campo de batalha, que queria destroçar tudo que fosse alemão, uma população que queria ir à guerra e salvar o mundo. Os meios utilizados para essa transformação foram os mais variados e contundentes. Um exemplo, é a divulgação maciça das falsas atrocidades cometidas pelos “Hunos” (como eram pejorativamente chamados os alemães): bebês belgas tinham seus braços arrancados e todos os tipos de barbáries que ainda podem ser encontradas nos livros de história. Muitas destas histórias eram inventadas pelo ministério da propaganda britânico que tinha naquele período a incumbência secreta de “governar o

pensamento da maioria do mundo.” Para o lingüista e escritor Noam Chomsky este tipo de ação ensina uma lição: “a Propaganda de Estado pode ter um grande efeito, quando é sustentada pelas classes educadas, sem que qualquer divergência seja permitida. Essa lição foi apreendida por Hitler e muitos outros, e tem sido seguida até os dias de hoje.”<sup>182</sup>

Durante a I Guerra Mundial, Edward Bernays lutou para conseguir que fosse alistado junto ao exército dos Estados Unidos. Sua campanha começou em 6 de abril de 1917, exatamente no mesmo dia da declaração de guerra contra a Alemanha. Após seu alistamento, escreveu cartas aos altos-comandos do exército e da marinha para que seu caso fosse apressado. Como se não bastasse, conseguiu um contato especial que o levou diretamente até um coronel responsável pelo recrutamento que lhe agendou dois exames médicos. Resultado de ambos: seu pé chato e sua deficiência visual impossibilitaram seu alistamento. A rejeição somente fez com que ele ficasse mais determinado em provar que era verdadeiramente americano e capaz de defender o seu país, ainda que tivesse uma pequena insegurança com relação à sua origem austríaca, seu judaísmo e sua baixa estatura.<sup>183</sup>

Depois de muitas tentativas e frustrações, se envolvendo periféricamente com trabalhos voluntários na venda de títulos do governo, selos arrecadatários, promovendo comícios de recrutamento e contratando publicidade para um festival patriótico de música, Edward Bernays finalmente arranhou uma entrevista com Ernest Poole, chefe do escritório de imprensa estrangeira da *Comissão Creel* (CPI), que mesmo impressionado com as credenciais de agente de imprensa apresentadas por ele, insistia em assegurar-se junto a Inteligência Militar que a sua “origem inimiga” não era suspeita. Edward Bernays teve que aguardar por meses, mas o resultado dessa vez foi positivo e assim ele pôde finalmente servir ao seu país como supervisor da seção de exportação da CPI e como co-supervisor da seção latino-americana do escritório de imprensa estrangeira. Nesses cargos ele arregimentou a Ford Company, a International Harvester e uma vintena de outras companhias norte-americanas para o trabalho de distribuição de material impresso, sobre “a guerra dos Estados Unidos”, direcionado aos contatos estrangeiros; colocou propaganda nas janelas dos 650 escritórios internacionais norte-americanos; distribuiu cartões-postais para

soldados italianos no *front*, assim eles poderiam levantar a moral em suas casas; “plantou” propaganda atrás das linhas alemãs para semear dissidência;<sup>184</sup> organizou comícios no Carnegie Hall de Nova Iorque com a presença de combatentes da liberdade vindos da Polônia, Tchecoslováquia e outros estados que estavam ansiosos pela queda do Império Austro-Húngaro; e para contra-atacar a propaganda alemã, ele imprimiu propaganda norte-americana em espanhol e português, inserindo-as nos jornais que eram exportados para toda a América Latina. Sobre o desempenho de Bernays, Ernest Poole certa vez relembrou: “um dos mais capazes e mais devotados jovens trabalhadores do nosso grupo.”<sup>185</sup>



Cartaz: “Eles dão suas vidas. Você empresta suas economias?” *W.S.S war savings stamps* – Comitê para a Informação Pública (CPI), Divisão de Publicidade Pictórica, 1914-1918, Nova Iorque: Sackett & Wilhelms Corp. – Documenting the American South (DocSouth): Universidade da Carolina do Norte, campus Chapel Hill.

*“Um bom anúncio deveria ser como um bom sermão: precisa não somente confortar o aflito - deve também afligir o confortável.”*<sup>186</sup>



Ao final da guerra, Edward Bernays participou da célebre Conferência de Paz de Paris, como membro de imprensa da *Comissão Creel*. Relembrando todas as experiências desde o início de sua carreira, escreveu: “Eu entendi que o agenciamento de imprensa para a música e para o teatro e a publicidade não me satisfariam, depois de minhas experiências no amplo teatro dos assuntos mundiais, eu tinha a intenção de continuar adiante e aperfeiçoar o que eu havia apreendido em meu trabalho com *Damaged Goods*, o ballet russo, Caruso e com o CPI.”<sup>187</sup> O impacto que palavras e imagens causaram na mente dos homens através da Europa causou uma profunda impressão em mim. Eu entendi que elas foram um fator poderoso que ajudou na vitória da guerra. Paris tornou-se uma escola sem professores no estudo da opinião pública e das pessoas... O processo foi fortuito como o voo de um grão de pólen ao vento.”<sup>188</sup>

Na “escola sem professores” da Conferência de Paz de Paris, Edward Bernays parece ter encontrado a chave para o poder, parece ter compreendido que a força que passaria a comandar a história na nova ordem mundial que se estabelecia naquele imediato pós-guerra, era uma força justamente avessa àquela que fortuitamente comandara seu próprio processo de aprendizado. Esta força era a propaganda, a manipulação das massas, a persuasão da opinião pública através da criação de idéias, fatos e eventos, a utilização das novas tecnologias eletro-eletrônicas e dos modernos meios de comunicação para suas disseminações em larga escala, numa amplitude jamais vista. A memória da dominação persistia. Nela Bernays encontrou a fórmula do sucesso, a essência de uma “nova” e promissora atividade: as relações públicas. Surgia o *self made man*, Edward Bernays havia inventado a sua própria profissão:

*“A manipulação consciente e inteligente dos hábitos constituídos e das opiniões das massas é um importante elemento na sociedade democrática. Aqueles que manipulam este mecanismo inobservado da sociedade constituem um governo invisível o qual é o verdadeiro poder regulador do nosso país. Nós somos governados, nossas mentes são moldadas, nossos gostos formados, nossas idéias sugeridas, em grande medida por homens que nunca se quer ouvimos falar. Essa lógica é o resultado do modo pelo qual nossa sociedade democrática está organizada. Um grande número de seres humanos devem cooperar dessa forma se estão dispostos a viver juntos, numa sociedade que funciona suavemente. (...) Nos governam através de suas qualidades naturais de*

*liderança, suas habilidades em fornecer as idéias necessárias e suas funções dentro da estrutura social. Não importa a atitude que alguém escolha tomar com relação a essa condição, permanece o fato de que quase todos os atos de nossa vida quotidiana, seja na esfera política, nos negócios, seja em nossa conduta social ou pensamento ético, nos somos dominados por um grupo relativamente pequeno de pessoas – uma insignificante fração de nossa população – que entende os processos mentais e a configuração social das massas. São eles que puxam os arames que controlam a mente do povo, eles que subordinam antigas forças sociais e inventam novos jeitos de submeter e guiar o mundo.*”<sup>189</sup>

O poder da liberdade simbolizado no acaso da imagem do “vão de um grão de pólen ao vento” estava reservado para poucos. Aos demais, restava o poder democrático, simbolizado pela ilusória imagem da “liberdade de escolha”, idéia que começava a se impor com a sutileza de uma brisa que faz girar as vastas das pás de um moinho, a força do engenho humano.

A nova ordem mundial que surgira na Conferência de Paz do pós-guerra, era mais uma vez a conferência da diferença, da separação, da individualização dos vencedores e dos vencidos, a confirmação dos dominantes e dominados, das minorias e das majorias. Desses antagonismos categoricamente determinados, surgiu a conformação definitiva da divisão que já havia começado a se estabelecer durante a primeira Revolução Industrial com a especialização do trabalho, o desenvolvimento tecnológico e o controle sobre os meios de produção por parte de uma minoria. A nova ordem consolidava a divisão da sociedade entre produtores e consumidores, governantes e governados, num sentido mais amplo, sujeitos e objetos. Surgia a democracia capitalista da qual hoje fazemos parte como produtores, cidadãos, eleitores e consumidores.

O sucesso deste regime global é visível nas atitudes consumistas presentes praticamente em todas sociedades e culturas do planeta. A relação hegemônica é aquela entre emissores e receptores. Simbolicamente, o telespectador inerte com o disputado poder do controle-remoto em suas mãos, estatelado no sofá defronte a televisão é a imagem mais representativa da dominação atual.<sup>190</sup>



Anúncio de jornal: Televisores Philco-Hitachi, agência: Young&Rubicam, criação: Júlio Andery e Edu Lima – 19o. Anuário do Clube de Criação de São Paulo, p.148.<sup>191</sup>

“Quem produz, não consome o que produz.” Este axioma da indústria cultural exhibe a lógica do poder dominante nas sociedades democráticas, onde a cultura de massas se sobrepõem às demais, onde quem manda não cumpre<sup>192</sup>, onde a verdade é mero disfarce da realidade e a idéia do “consumo como entretenimento”, um hábito comum.

*“... está claro que são as minorias inteligentes que precisam fazer uso contínuo e sistemático da propaganda. O progresso e o desenvolvimento da América está no encontro entre os interesses públicos e os interesses particulares de uma minoria diligente e proselitista. Somente através da energia vigorosa de poucos, o povo pode tornar-se amplamente consciente e assim agir conforme novas idéias. Pequenos grupos de pessoas podem fazer e fazem com que o resto de nós pensemos como eles gostariam que pensássemos sobre um dado assunto. Mas usualmente existem proponentes e oponentes em toda propaganda, ambos igualmente ávidos em convencer a maioria.”<sup>193</sup>*

Edward Bernays fazia parte de um desses pequenos grupos. Como profissional e empresário das relações públicas ele detinha o controle dos meios de produção da persuasão, da propaganda. Era eminentemente um produtor, ocasionalmente um consumidor, avisado. Para Bernays: “Moderna propaganda é um consistente e permanente esforço de criar ou moldar eventos que influenciem a relação do público com um empreendimento, idéia ou grupo. Esta prática de criar circunstâncias e imagens na mente de milhões de pessoas é muito comum. Quase nenhum acontecimento importante é agora levado a diante sem ela, seja o evento a construção de uma catedral, uma doação a uma universidade, a promoção de um filme, o financiamento de um grande montante em títulos mobiliários ou a eleição de um presidente. Algumas vezes o efeito causado no público é criado por um publicitário profissional, algumas vezes por um amador incumbido do trabalho. O importante é que a ação junto ao público seja universal e contínua; de forma a exercer controle sobre cada pedaço da mente do povo, assim como um exército exerce o controle sobre os corpos de seus soldados.”<sup>194</sup>

Edward Bernays exerceu na prática esse controle durante sua carreira profissional como *expert* das relações públicas. Trabalhando em nome do interesse de grandes corporações privadas, arregimentou as almas e os corpos de milhões de cidadãos, consumidores, em prol da compra & venda de idéias, conceitos, produtos e consequentemente do desenvolvimento dos negócios de seus clientes. Ao longo dos 45 anos de sua intensa vida profissional, Bernays colecionou inúmeros casos de sucesso, produzindo eventos, e história, para uma lista de mais de 435 clientes.<sup>195</sup> Entre eles, o notório e polêmico: “Torches of Freedom”, criado e desenvolvido para American Tobacco Company.<sup>196</sup>

Até a I Guerra Mundial o cigarro era visto como insípido, de mau gosto e até mesmo afeminado, era um produto que tinha baixa aceitação junto ao mercado consumidor. A maioria absoluta dos consumidores, homens, preferiam consumir charutos, cachimbos e fumo de mascar. Mas durante a guerra ocorreu uma reviravolta: o cigarro passou a ter grande aceitação, era mais prático e conveniente nas trincheiras e nos campos de batalha. Assim, novas misturas de tabaco surgiram e novas marcas foram lançadas. O exército

incluiu os cigarros na ração dos soldados e rapidamente o que era desprezado, passou a ser desejado e a ter uma conotação masculinizada de poder e bravura, por associação direta com o imaginário da guerra. Seu consumo entre a população masculina cresceu vertiginosamente, tanto quanto os lucros das companhias do setor tabagista.

Em 1928 Edward Bernays começou a trabalhar para George Washington Hill, presidente da American Tobacco Company, empresa proprietária da marca de cigarros Lucky Strike, um inigualável fenômeno mercadológico de rápido crescimento. Nessa época Hill havia se tornado obsessivo com relação a conquista do reprimido mercado feminino consumidor de cigarros. Então, em 1929, reuniu-se com Bernays e transmitiu a tarefa: “Como podemos conseguir que as mulheres fumem na rua? Elas estão fumando em lugares fechados. Mas, maldição! Se elas passam metade do tempo ao ar livre e se nós conseguíssemos que elas fumassem ao ar livre, estaríamos quase dobrando nosso mercado feminino, maldição! Faça alguma coisa. Aja!”<sup>197</sup>

Bernays, então suspeitando que a inibição feminina de fumar em público tinha uma origem psicológica, algo a ver com um *taboo*, conseguiu com que George Hill concordasse em pagar por uma consulta com Dr. A.A. Brill, um dos primeiros psicanalistas nos Estados Unidos e discípulo de Sigmund Freud. Bernays queria saber o que o cigarro significava para as mulheres. A um custo relativamente alto para a época, US\$ 125, Edward Bernays recebeu o conhecimento que ele precisava para estruturar uma campanha de propaganda que realizasse os interesses de George Hill e da American Tobacco Company. Dr. Brill disse a Bernays que os cigarros simbolizavam o pênis e o poder sexual masculino. Disse também que se ele conseguisse encontrar um meio que estabelecesse uma conexão entre o cigarro e uma idéia que desafiasse o poder masculino, as mulheres fumariam, porque assim as mulheres teriam o seu próprio pênis.<sup>198</sup> O Museu das Relações Públicas de Nova Iorque possui o registro em vídeo de um depoimento em que o próprio Edward Bernays relembra a consultoria dada pelo Dr. Brill: “Eu fui até o Dr. Brill e perguntei a ele o que o cigarro significava para as mulheres, e ele me respondeu muito rapidamente: ‘cigarros são *Tochas da Liberdade* para as mulheres. Elas querem fumar para dramatizar o *taboo* que os homens exercem contra as mulheres, não permitindo-as de fumar, e por isso elas querem fumar. E então, ele adicionou um pensamento posterior a respeito do caráter erógeno dos lábios.”<sup>199</sup>



Foto: Estátua da Liberdade – Ellis Island, Nova Iorque, EUA.

Bernays continua explicando como utilizou a idéia psicanalítica de Dr. Brill para traçar uma efetiva estratégia de propaganda: “Eu cheguei à conclusão que existiam dois dias de liberdade nos Estados Unidos, um deles era 4 de julho (dia da independência), liberdade política, mas esse não era um bom dia, pois as pessoas estavam todas fora da cidade usando fogos de artifício para celebrar o dia, naquele tempo elas eram permitidas de usá-los, isso há 50 anos atrás. O outro dia, era o dia da liberdade do espírito, o domingo de Páscoa. Segundo a minha percepção, cada jovem debutante, consciente de seu tempo e da discriminação que sofria, se deliciaria em caminhar no desfile de páscoa com seu rapaz, para dramatizar a idéia de que os cigarros eram verdadeiramente ‘Tochas da Liberdade’ que validavam, – ou melhor – invalidavam o *taboo* contra o tabagismo entre as mulheres. Então eu liguei para uma debutante amiga minha e pedi que ela chamasse uma outra amiga sua, e dois jovens que elas gostassem. Então elas também foram instruídas sobre o que elas deveriam fazer para os cine-jornais, para os jornais e para as 3 importantes agências de notícias: Associated Press, United Press, e International News Services; Elas deveriam andar da rua X até o número 57, indo e voltando, acendendo as ‘Tochas da Liberdade’ em protesto contra a desumanidade que os homens exerciam sobre as mulheres através do *taboo*, do ato de proibir que as mulheres fumassem.”<sup>200</sup> Então ele fala sobre os resultados: “Na manhã seguinte, não tinha um jornal em todos os Estados Unidos, até mesmo o New York Times, que não tivesse em sua capa, como história principal, a manchete: ‘Debutantes

acendem ‘Tochas da Liberdade’ em protesto contra a desumanidade exercida pelos homens sobre as mulheres através do *taboo* que as proíbem de fumar.’ O interessante para mim foi que 3 dias depois, os jornais, sem nenhuma interferência de minha parte, publicaram notícias dando conta de que as mulheres estavam fumando na Union Square em São Francisco, Union Square em Denver, Boston, e para minha surpresa em 6 semanas, mais uma vez sem nenhuma interferência de minha parte, um casa de espetáculos que proibia as mulheres de fumarem em suas dependências, encerrou está proibição, criando obviamente um marco. A advertência da Associação Geral dos Cirurgiões sobre os perigos do cigarro para a sua saúde não apareceu até 30 anos mais tarde.”<sup>201</sup>



Foto: Edward L. Bernays, respectivamente: anos 1930, 1950 e 1990 – The Museum of Public Relations.

São Bernardino de Siena não dispunha de todos os mecanismos de comunicação e de todo aparato de imprensa que estava à disposição de Edward Bernays na década de 1920, período em que despontava a tecnologia eletroeletrônica e a radiodifusão comercial começava a participar efetivamente do dia-a-dia das pessoas como um meio de comunicação de massa.

Bernardino morreu aproximadamente dez anos antes que Johann Gutenberg produzisse a primeira Bíblia Sagrada (c.1455), usando uma prensa de tipos móveis, a tecnologia que marcou o início da reprodução em massa de livros no Ocidente e os primórdios da Era da Reprodutibilidade Técnica, conceito desenvolvido num ensaio de Walter Benjamin, em 1936, momento do apogeu da ideologia nazista, simbolizado pelo evento da Olimpíada de Berlim.

Bernardino não contava com o poder da amplificação eletroeletrônica das válvulas e dos alto-falantes, seus mecanismos para atingir e conquistar as massas medievais eram mais rudimentares, nem por isso, menos eficientes. Seu aparato tecnológico era milenar: a linguagem. A potente retórica clássica de Cícero combinada à retórica popular, aquela que ele havia conhecido e apreendido como frade mendicante, enquanto estava próximo ao povo, durante suas andanças e pregações nas praças públicas da Itália do século XV, faziam com que as palavras de Bernardino tivessem uma potência especial, uma ressonância familiar junto ao público, conseguindo uma aproximação e uma mobilização bem diferente daquela obtida com os sermões tradicionais pronunciados com o formalismo e o rigor das liturgias em que até mesmo a língua utilizada, no caso o Latim, se constituía como um obstáculo à compreensão do público, comprometendo a persuasão, o convencimento, a educação e a conquista das almas. Bernardino não era um filósofo ou um teólogo sistemático, era um pregador popular. Sua mensagem era comunicada por meio do chamado *Sermão Medieval Popular Franciscano*, uma retórica intencionalmente construída através de séculos de cuidadosa elaboração teórica e prática.<sup>202</sup>

*“A principal técnica utilizada por Bernardino para conquistar o público era a da redução, da simplificação dos conteúdos doutrinários e morais da pregação conforme o ‘sermo humilis’ [sermão simples], aquilo que o próprio Bernardino chama de ‘il dirlo chiarozo chiarozo’ [o dizer claro claramente claro]. É propriamente isso que dá uma identidade inconfundível, de evidente imediatismo e simplicidade, de grande força comunicativa às pregações de São Bernardino.*



*Juntamente com as experiências das ruas, das lojas e do comércio das cidades, encontramos uma vastíssima presença do mundo animal, que ressurge através da tradição literária e ao mesmo tempo colocada em cena com grande realismo, com vivíssimos efeitos audiovisuais. Metáforas ligadas ao mundo alimentar, da cozinha, das necessidades fisiológicas, são usadas com desenvoltura também em contextos nos quais o contraste com a natureza teológica e moral do sermão redobra o efeito de “degradação”. (...) A linguagem do corpo se insinua com força, por exemplo, ao fim de um complexo raciocínio sobre a natureza idolátrica (e diabólica) da divisão entre as diversas facções políticas; por isso, diz Bernardino, se dá tanta importância às bandeiras e às insígnias, que são levadas para dentro das igrejas: ‘As vezes eu as vejo até mesmo sobre o crucifixo. Então quando eu as vejo eu digo: Oh Senhor Deus, tens o diabo acima de ti, o qual se pode dizer que te mija sobre a tua cabeça!’*

*“A teatrização e a utilização do ‘sermo humilis’ (técnicas intimamente ligadas, como se vê no exemplo citado), constituem algo de muito parecido com o que o etólogo Eibl-Eibesfeldt define como um ritual de aquietamento: Bernardino pratica esta técnica para transmitir a mensagem de que ele e sua audiência pertencem a um mesmo grupo, a uma mesma tribo. É assim que a pregação burla qualquer margem de alteridade, de distanciamento com relação ao público, ao mesmo tempo que procura remodelar à sua imagem e semelhança, cada momento da vida cotidiana.*

*“Para convencer, para seduzir o seu público, Bernardino mistura, como vimos, altos e baixos, elementos cultos e populares, e usa de maneira inovadora instrumentos velhos e novos: as técnicas seculares da ‘artes praedicandi’ [arte da pregação] são revistas e manipuladas no sentido de torná-las funcionais à nova retórica do ‘dirlo chiarozo chiarozo’, que vem delineada a partir de 1424; ao mesmo tempo o patrimônio tradicional dos ‘exemplos’, é filtrado, selecionado e colocado em cena com a intenção de exprimir uma narrativa nova e eficaz. As imagens, certamente, não poderiam faltar no instrumental deste pregador popular.”<sup>203</sup>*

O legado deixado por São Bernardino de Siena para as artes da retórica, da persuasão e do convencimento é extraordinário. Dele se beneficiaram e se beneficiam aqueles que ambicionam exercer o poder da dominação humana em larga escala, não importando suas justificativas éticas, sejam elas religiosas, políticas, educacionais e/ou comerciais. Sua memória e persistência prática estão vivas e dispersas no turbilhão da história.<sup>204</sup> Podem ser observadas na primeira empresa multinacional da história: a Companhia de Jesus, movimento expansionista católico fundado por Santo Ignácio de Loyola e realizado pelas missões jesuítas nos cinco continentes. A Companhia de Jesus

possui como lema, ou *slogan*, *Ad Maiorem Dei Gloriam* (tudo pela maior glória de Deus) e como insígnia, ou *logomarca*, uma adaptação do trigramma ‘IHS’ (Iesus Hominum Salvator – Jesus Salvador dos Homens), criado por Bernardino.



(E) Insígnia da Companhia de Jesus baseado no trigramma ‘IHS’, criado por São Bernardino da Siena. (D) logomarca da iHs Enterprises, uma companhia de mídia cristã, localizada em Newark, Delaware, EUA.

Em seus *Exercícios Espirituais*, Santo Ignácio de Loyola escreve como regra de número 13, para se ter o sentimento verdadeiro, fundamental na militância da Igreja:

*"Para estarmos seguros de ter razão em todas as coisas, deveríamos sempre manter o princípio de que ainda que vejamos branco deveríamos crer que é negro se a hierarquia da igreja assim decidisse".*<sup>205</sup>

Essa mesma força universalista e totalitária também pode ser reencontrada, na forma da propaganda política, inaugurada na Revolução Francesa pela ação de catequese empreendida nos “primeiros discursos de propaganda, os primeiros encarregados de propaganda (entre outros, os comissários junto aos exércitos) partiram dos clubes [destaque para os jacobinos], das assembléias, das comissões revolucionárias; foram eles que empreenderam a primeira guerra de propaganda e a primeira propaganda de guerra. Uma

nação, pela primeira vez, libertava-se e organizava-se em nome de uma doutrina subitamente considerada universal. Uma política interior e exterior, pela primeira vez fazia-se acompanhar pela expansão de uma ideologia e, por isso mesmo, secretava a propaganda. Surgiram então, todos os recursos da propaganda moderna: a Marselhesa, o barrete frígio, a festa da Federação, a do Ser Supremo, a rede de clubes jacobinos, a marcha sobre Versalhes, as manifestações de massa contra as Assembléias, o cadafalso nas praças públicas...”<sup>206</sup>

Eventos e a propaganda moderna fazem ressoar a memória da persistência do legado de Bernardino no prenúncio do marketing atual, produzido por Edward Bernays através de suas atividades de *New Propaganda* e relações públicas, planejando, criando e divulgando, idéias e eventos com o objetivo claro de moldar e conquistar as massas, ganhando mercado para seus clientes, fossem estas empresas de produtos, serviços, governos, ou políticos em busca de vendas, votos, consenso ou consentimento junto à opinião pública. Nesse mesmo sentido e de um modo extremado pulsa a memória do totalitarismo nazista na figura de Joseph Goebbels. Leitor de Edward Bernays, grande agente da propaganda e um dos principais ideólogos do III Reich, sob o comando de Adolf Hitler, Goebbels levou a população alemã à II Guerra Mundial, o teatro do absurdo real, um evento global de proporções inimagináveis, indizíveis e indecifráveis que persiste vivo como um adensamento de memória dos horrores de todos os totalitarismos, principalmente dos horrores dos totalitarismos que se utilizam das técnicas da propaganda, não somente para a dominação, mas para sua própria dissimulação.

Em 19 de outubro de 1956, o Papa Pio XII, com sua infalibilidade *ex cathedra*, proclamou oficialmente São Bernardino de Siena como o santo padroeiro de todos os publicitários e agentes de propaganda.<sup>207</sup>

*"... e por estímulo dele é que surge uma nova Alemanha.  
Usando as palavras de Ulrich von Hutten, podemos exclamar:  
Oh, século! Oh, artistas! A vida é bela!"*  
(Dr. Joseph Goebbels)<sup>208</sup>



Carl Heinrich Bloch – *Sermão da Montanha*, c.1877 – Museu Histórico Nacional, Castelo de Frederiksborg, Dinamarca.

*“ ... a propaganda é uma forma de atividade humana perfeitamente legítima.  
Qualquer agrupamento, seja ele social, religioso, ou político, que possua certas crenças e  
faça com que elas sejam conhecidas, tanto por palavras faladas, quanto por escritas, está*

*praticando propaganda. A verdade é poderosa e deve prevalecer, e se qualquer homem acreditar que descobriu uma verdade valiosa, não é meramente um privilégio seu, mas é seu dever disseminá-la. Ele perceberá que a difusão dessa verdade em larga escala só acontecerá se, efetivamente, for feita através de um esforço organizado. Ele, então, fará uso da imprensa e do palanque, como os melhores meios de dar ampla circulação às suas descobertas. A propaganda se torna viciosa e repreensível somente quando seus autores, consciente e deliberadamente, disseminam verdades sabendo que são mentiras, ou quando eles buscam por resultados, sabendo que estes são prejudiciais ao bem-comum. Propaganda no seu significado exato é uma palavra perfeitamente benéfica, de origem honesta e com uma história honorável. O fato da palavra propaganda, hoje, estar carregada de uma sinistra significação, meramente demonstra o quanto de criança ainda permanece num adulto médio. Um grupo de cidadãos escreve e fala em favor de uma questão controversa que foi posta em debate, acreditando que está promovendo o melhor para a comunidade. Propaganda? Nem um pouco. Simplesmente uma manifestação clara e vigorosa da verdade. Mas, deixe um outro grupo de cidadãos expressar um ponto de vista contrário e ele será prontamente rotulado com o sinistro nome de propaganda. ‘O que é molho para o ganso, também o é para a gansa’, diz o velho provérbio. Vamos nos apressar em colocar esta boa e velha palavra de volta ao seu devido lugar, restituindo o seu digno significado para o uso dos nossos filhos e filhos dos nossos filhos.” (Funk and Wagnalls Dictionary, citado por Edward Bernays em seu livro *Propaganda*)<sup>209</sup>*

*Quid est veritas? (João, 18:38)*<sup>210</sup>

*“...não é civilizado querer fazer os outros acreditarem naquilo em que acreditamos, porque a essência de ser civilizado é possuir-se a si mesmo como você é; e se você se possui como você é, você naturalmente não pode possuir ninguém mais, isso não é da sua conta.” (Gertrude Stein, *Paris-France*)<sup>211</sup>*





Sano di Pietro (1406-1481) – (E) *São Bernardino de Siena Pregando na Piazza del Campo*. Duomo, Siena, Itália. (D) *São Bernardino de Siena Pregando defronte à Igreja de São Francisco em Siena*. Sala do Capitolo da catedral, Siena, Itália.

*“A idéia permanece inalterável. A propaganda, contudo, é sempre instável, passível de acomodação às respectivas situações e exigências. Ela volta-se às amplas massas de milhões de pessoas do povo trabalhador e precisa ser, por isso, acima de tudo, popular. Ela não deve rejeitar o uso daqueles meios, que certamente decepcionam o intelecto, mas que, muito mais, emocionam o coração do povo. Um bom propagandista fala sempre a língua do povo, ao qual ele se dirige. Ele não procura filosoficamente pelas causas últimas da nossa existência, senão assume o conhecimento pronto que o filósofo encontrou; a sua tarefa é fundi-lo em uma fórmula que também o homem simples compreenda. Uma idéia só pode ter proveito quanto é entendida pelos homens. O propagandista, por isso, precisa adaptar-se àqueles a quem ele quer transmitir os seus conhecimentos. Ele irá falar nos seus discursos, nos seus cartazes aos camponeses, diferente do que ele falará aos*

*trabalhadores. Transformar, inculcar de outra forma um resultado científico ou emocional conseguido com sacrifício, e dele fazer um lema popular, que tem penetração na cabeça do povo, este é o seu objetivo. Frequentemente encontra-se a opinião de que o gênio da oratória somente no passado provocava um grande movimento, e de que hoje, que vivemos na era da imprensa, isso mudou e transformou-se em coisa de escritores. Não ocorre assim. (...)*



Foto: Ministro da Propaganda Nazista Dr. Joseph Goebbels incita multidão berlinense a boicotar os negócios judeus (abril, 1933). Foto: Arquivo Nacional E.U.A – Coleção William Blye<sup>212</sup>.

*“Naturalmente a imprensa hoje conta muito. Quem, contudo, pode ver o fundo das coisas, reconhece que a essência do artigo de fundo consiste exatamente em ser um pequeno discurso propagandista apaixonado, que se ocupa dos mesmos argumentos dos que falam das coisas e das noções, pela boca. O jornal deve ser um agitador de rua. Nossa imprensa é quase exclusivamente determinada por esta tendência. Seu objetivo não é informar, transmitir fatos claros e objetivos, senão incitar, estimular e mover. Para nós, a imprensa é propaganda com meios jornalísticos. Para nós a imprensa tem a tarefa de ganhar amplas massas populares para o Nacional-Socialismo. Ela tira de suas informações conseqüências políticas, mas não deixa que o leitor as elabore segundo seu próprio gosto. Ela realiza propositada e conscientemente a influência política. Todo o seu*

*pensar e sentir devem ser levados de qualquer jeito, com seus meios, numa determinada direção ideológica. A tarefa do discursante e do jornalista completam-se mutuamente. Aquele que tenta, por meio da pujança de sua fala, ganhar ouvintes; este se esforça com a destreza de sua pena, pelo mesmo objetivo.*

*“Não é sentido da propaganda ser brilhante. Sua tarefa é levar ao sucesso. Se uma propaganda foi boa, isto se vê, quando ela pôde atuar por um tempo mais longo sobre as pessoas que ela pretendia conquistar. Se ela foi ruim, também se mostra. Se a sua natureza atinge um círculo de pessoas que ela pretendia ganhar, então ela foi possivelmente boa; se não, foi ruim. Ninguém pode por isso dizer dela, que ela foi muito crua, baixa, ou não suficientemente honesta. Ela também não precisa sê-lo. Ela não precisa nada, a não ser levar ao sucesso.” (Dr. Joseph Goebbels, *A Luta e seus Meios*)<sup>213</sup>*



Foto: Renato dos Anjos/Folha Imagem – Osmar Santos, o “Locutor das Diretas” no comício da praça da Sé, em São Paulo, janeiro de 1984.<sup>214</sup>

*“A posição da Folha no movimento das diretas-já foi a da organização a nível macrossocial e da divulgação do processo dirigido pelo Comitê Suprapartidário. Ocorre que nem o jornal nem o comitê imaginavam a força explosiva como tudo foi crescendo. Nesse ponto perderam a compreensão das coisas. Ninguém previa a explosão tão intensa e enérgica das massas (estas, que há muitos anos buscam um meio forte e poderoso para*



canalizar sua insatisfação e seu protesto, encontraram na campanha um excelente escoadouro). Sentindo a agregação de que passou a ser objeto, a Folha obteve os melhores lucros políticos (ideológicos) e econômicos. Apesar disso, o jornal não reconhecia oportunismo na apropriação do movimento como ‘marketing político’; ele apoiava-se em justificativas como as de um grande empresário da imprensa, Roberto Civita: ‘O marketing é, em essência, um procedimento democrático.’ De fato, conhecer as necessidades do público (não para de fato atendê-las, mas para não perdê-lo) é o que rege o caráter empresarial do jornalismo. Isso não tem nada a ver com democracia, principalmente se o veículo encontra um ótimo filão para aumentar seus lucros à custa da emocionalidade da massa e de seu público.” (Ciro Marcondes Filho, *O Capital da Notícia: Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza*)<sup>215</sup>



Fotogramas do filme *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*, de João Moreira Salles: cenas mostram comoção de participantes de comício do candidato Luiz Inácio Lula da Silva durante a campanha eleitoral para presidente de 2002.

“Um bom critério para saber se algo é, ou não é notícia, é se o evento se sobressai ao padrão da rotina. O desenvolvimento de eventos e circunstâncias que não são rotina é uma das funções básicas da engenharia do consenso. Eventos bem planejados podem utilizar os sistemas de comunicação sendo projetados e atingindo muito mais pessoas do que simplesmente aquelas que efetivamente participam do evento. Casos desse tipo dramatizam vividamente idéias para aqueles que não testemunham os eventos. O evento conduzido de forma imaginativa pode disputar, com êxito, a atenção com outros eventos. Eventos notáveis envolvendo pessoas usualmente não acontecem por acidente. Eles são planejados deliberadamente para atingir um propósito, para influenciar nossas idéias e ações.” (Edward Bernays, *The Engineering of Consent*)<sup>216</sup>



Fotograma do filme *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*: cena mostra o candidato Luiz Inácio Lula da Silva sobre o palanque durante um comício da campanha eleitoral para presidente de 2002.

*“A realização de um ato ‘mágico’ proporciona ao homem uma sensação de segurança, extremamente importante para uma tomada de decisão. Toda resolução e decisão necessitam dessa segurança, pois elas sempre pressupõem uma certa unilateralidade e exposição. O próprio ditador, para executar seus atos, não pode apenas se valer das ameaças, precisando encenar o poder com grande pompa. Nesse sentido, as marchas militares, as bandeiras, faixas, paradas e comícios não diferem muito das procissões, tiros e fogos de artifício usados para expulsar os demônios. A diferença entre essas representações religiosas e os aparatos do Estado reside no fato de que a sugestiva encenação do poder estatal cria uma sensação de segurança coletiva que, no entanto, não oferece ao indivíduo nenhum tipo de proteção contra os demônios internos. Quanto mais o indivíduo se enfraquece, mais se agarra ao poder estatal, isto é, mais se entrega espiritualmente à massa. E do mesmo modo que a Igreja, o Estado ditatorial exige entusiasmo, abnegação e amor, cultivando o necessário terror à semelhança do temor de Deus que as religiões exigem ou pressupõem.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>217</sup>*



Foto: Joel Osteen e sua esposa Victoria Osteen, principais pastores da Lakewood Church, a maior congregação cristã independente dos EUA, Houston, Texas.



Foto: santuário Lakewood Church, com capacidade para 16.000 espectadores sentados – Houston, Texas, EUA.<sup>218</sup>

*“Muitas igrejas têm feito da publicidade paga e das estratégias de propaganda parte das suas atividades regulares. Elas têm desenvolvido comitês de publicidade que utilizam os jornais, outdoors, tanto quanto panfletos. Muitas congregações mantêm seus próprios periódicos. O Conselho Metodista de Publicação e Informação distribui sistematicamente comunicados e press-releases para jornais e revistas.” (Edward Bernays, Propaganda)<sup>219</sup>*





(E) Poster de propaganda nazista, c.1930: *Longa vida Alemanha!* – German Propaganda Archive, Calvin College, EUA. (D) Piero della Francesca (1420-1492) – *O Batismo de Cristo*, c.1442 – National Gallery, Londres, Reino Unido.<sup>220</sup>

*“Hitler rendeu-se à instância da letra para logo destruí-la. Era um inimigo das letras, talvez o maior de todos os tempos. Seu escrito tem a função de compor um conceito coletivo de conjunto composto – o eu – para corpos que não têm representação própria: o corpo retalhado da psicose. O Minha Luta – Mein Kampf – é um escrito dessa ordem e tem eficácia comprovada ainda hoje, influenciando jovens leitores, logicamente introduzido por velhos leitores. [Diz Hitler, no prefácio de *Minha Luta*: “Sei muito bem que se conquistam adeptos menos pela palavra escrita do que pela palavra falada e que, neste mundo, as grandes causas devem seu desenvolvimento, não aos grandes escritores, mas aos grandes oradores. Isso não obstante, os princípios de uma doutrinação devem ser estabelecidos para sempre por necessidade de sua defesa regular e contínua.”]”<sup>221</sup> (...) Hitler teve a oportunidade de estudar *A Psicologia das Massas e Análise do Eu – Massenpsychologie und Ich-Analyse* – onde encontrou o que podemos denominar de manual do Führer. Manifestava pela primeira vez com essa leitura um conceito que trouxera da Grande Guerra: o Führerprinzip, o princípio de liderança. Escreve John Toland, *Biógrafo de Hitler*: ‘A análise de Hitler da psicologia das massas mostrava que lera o livro de Freud. Princípios semelhantes haviam sido formulados por William*

*McDougall e Gustave Le Bon, mas as obras destes autores ainda não haviam sido traduzidas para o alemão. É curioso que Hitler aprendesse com um judeu de Viena que um orador desejoso de dominar uma multidão ‘deve exagerar, e deve repetir a mesma coisa, sempre e sempre’. E também foi Freud que assinalou que a massa era ‘intolerante, mas obedecia à autoridade... O que ela exige de seus heróis é força ou mesmo a violência.’ Do modo que lhe era característico, Hitler retirou do livro do compatriota o que lhe convinha, combinando a teoria de Freud com suas próprias idéias, para fabricar uma arma tremenda.’ (...) Hitler executou o mesmo artifício de usurpação de texto que usou com Freud sobre outros autores. Podemos citar Darwin e principalmente a Bíblia, tanto a Torah como o Novo Testamento. Ai encontrou um celeiro de indentificações fantásticas para o seu messianismo racial. O Mein Kampf era sua bíblia e seus seguidores dão o verniz da certeza delirante coletiva...” (Sergio Becker, *A Fantasia da Eleição Divina: Deus e o Homem.*)<sup>222</sup>*



Cartaz semanal de propaganda do Partido Nazista Alemão (NSDAP) – “*O Führer tem sempre razão.*” (nº.8, 16-22 de fevereiro de 1941) – German Propaganda Archive, Calvin College, EUA.<sup>223</sup>

*“Até hoje não se percebeu com a necessária clareza e profundidade que a nossa época, apesar do excesso de irreligiosidade, está consideravelmente sobrecarregada com o que adveio da era cristã, a saber, com o predomínio da Palavra, daquele Lógos que representa a figura central da fé cristã. A palavra tornou-se, ao pé da letra, o nosso deus e assim permanece mesmo para quem conhece o cristianismo apenas externamente. Palavras como ‘sociedade’ e ‘Estado’ concretizaram-se de tal maneira que quase chegaram a se personificar. Para a crença vulgar, o Estado se tornou, ainda mais do que o rei das épocas primitivas, o doador inesgotável de todos os bens. O Estado é invocado, responsabilizado e acusado, etc. A sociedade se transforma no princípio ético supremo, atribuindo-se-lhe inclusive a capacidade de criação. Ninguém parece observar que a veneração e o endeusamento da palavra, necessárias para uma determinada fase de desenvolvimento espiritual e histórico, traz consigo um lado sombrio bastante perigoso. Desde o momento em que a ‘palavra’, através de uma educação secular, adquire validade universal, ela rompe sua ligação originária com a Pessoa divina. Ao romper essa ligação, surge uma Igreja extremamente personificada e – last not least – um Estado igualmente personificado; a fé na ‘palavra’ se transforma em credence e a própria palavra em slogan informal, capaz de todo tipo de impostura. Com a credence, com as propagandas e anúncios, o cidadão satura os ouvidos, assume compromissos e negócios políticos, enquanto a mentira alcança proporções jamais vistas.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>224</sup>*

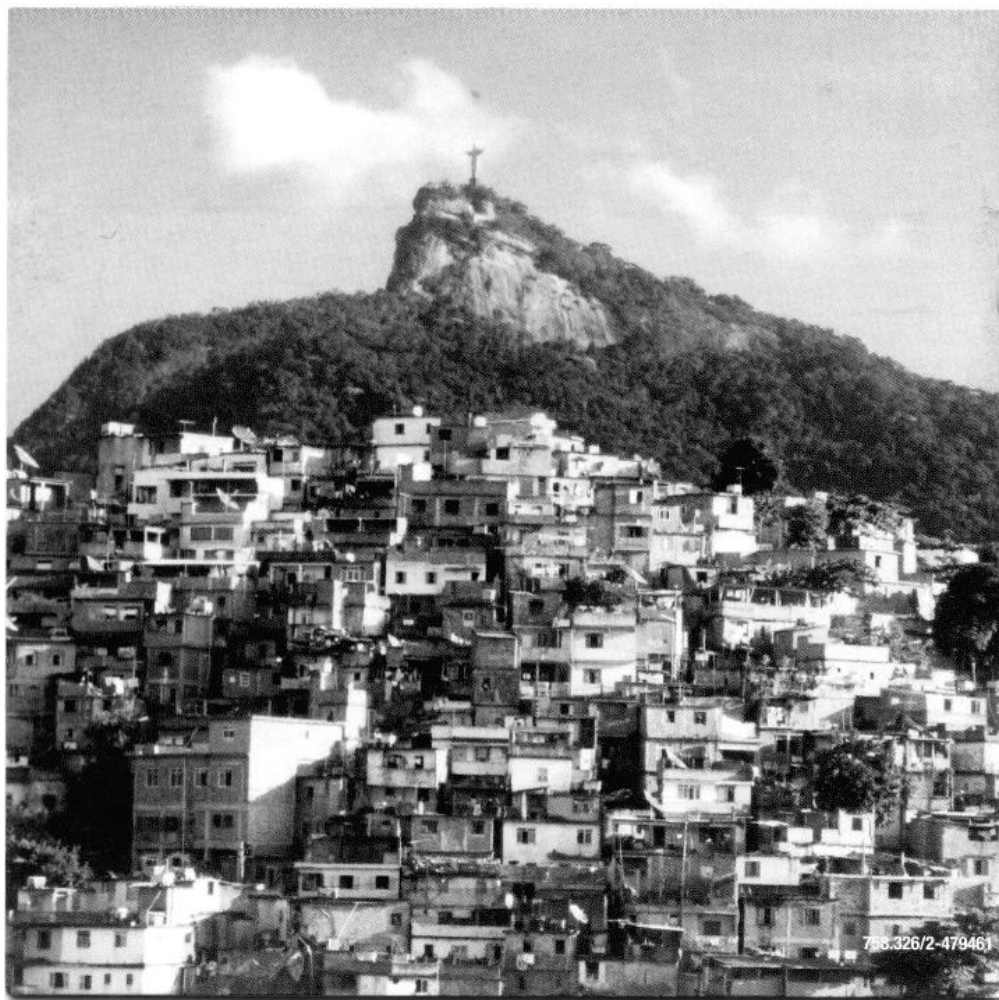
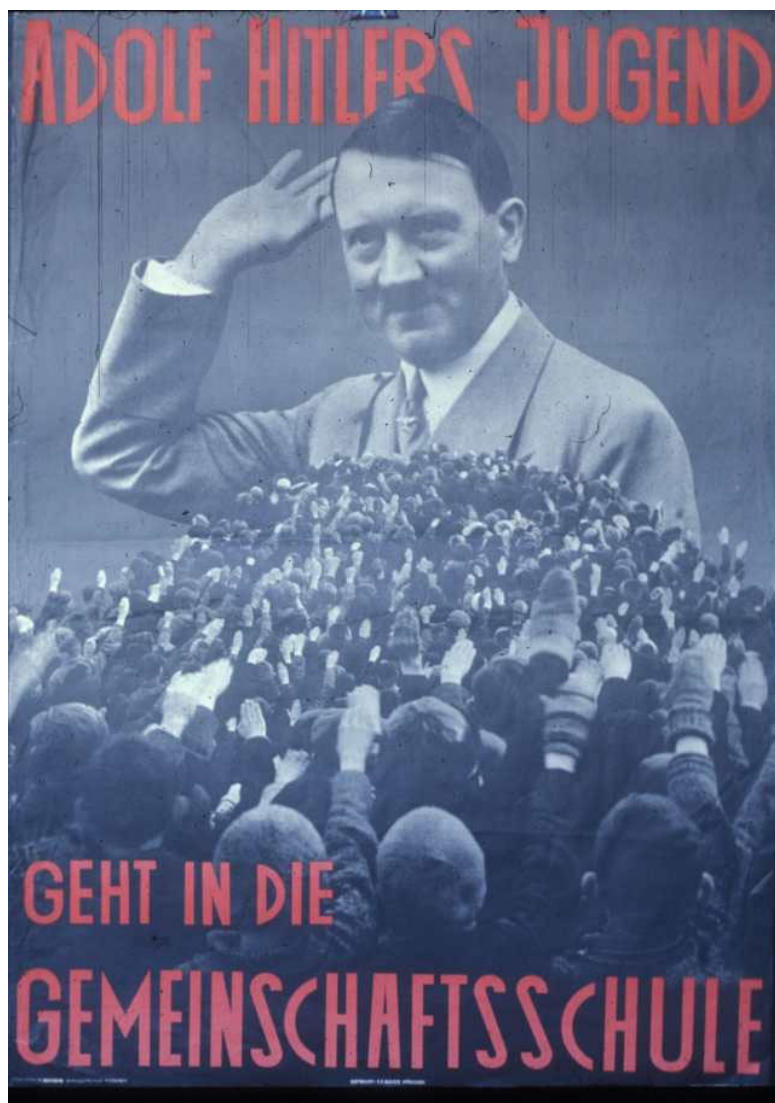


Foto: Cristo Redentor do Corcovado e Favela Morro Santa Marta, Rio de Janeiro, RJ, 1996.

*“A religião, no sentido de consideração consciente dos fatores irracionais da alma e do destino individual, ressurgue sempre de novo e, dessa vez, na maior das distorções – o endeusamento do Estado e do ditador: ‘Naturam expellas furca tamen usque recurret’ (Por mais que jogaes fora a natureza por meio da força, ela sempre retorna). Os líderes e ditadores tentam escamotear o paralelismo evidente com o endeusamento dos césores, escondendo, sob o manto do Estado, sua onipotência real, o que não altera, de modo algum, a essência de seu gesto. (...) o estado ditatorial mina de tal forma as bases do indivíduo que, não reconhecendo seus direitos e sua força espiritual, rouba o próprio fundamento metafísico de sua existência. Não há mais lugar para a decisão ética do homem singular, apenas para a comoção cega de uma massa obnubilada, onde a mentira*

*passa a constituir o princípio próprio das ações políticas. A existência de milhões de escravos do Estado, destituídos de qualquer direito, demonstra como o Estado leva esta situação às últimas conseqüências. Tanto o Estado ditatorial quanto a religião confessional reforçam, de maneira especial, a idéia de comunidade.” (Carl Gustav Jung, Presente e Futuro)<sup>225</sup>*



Cartaz nazista dos anos 1930 promove a educação: “A juventude hitlerista frequenta as escolas comunitárias.” – German Propaganda Archive, Calvin College, EUA.<sup>226</sup>



*“É sem muitas dificuldades que o homem de hoje consegue conceber e pensar as ‘verdades’ ditas pelo Estado massificado. O acesso, no entanto, à compreensão religiosa lhe parece extremamente difícil devido às explicações deficientes que recebe (‘Porventura entendes o que lêis? Ele lhe respondeu: Como é que vou entender se ninguém me explicar?’ – Atos dos Apóstolos 8,30). Se apesar disso, o homem não consegue extirpar de todo suas convicções religiosas, é porque a atividade religiosa repousa numa tendência instintiva e pertence às funções específicas do homem. É possível retirar-lhe os deuses, mas somente para lhe oferecer outros.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>227</sup>*



Detalhe da nota de um dólar: uma das faces do *The Great Seal* (O Grande Símbolo) dos Estados Unidos da América do Norte, criado por Charles Thomson. Sobre a pirâmide incompleta o “Olho da Providência Divina”. Acima, o lema em latim *Annuet Coeptis* (Favorecedor dos Nossos Empreendimentos). Na base da pirâmide o ano da independência americana, 1776. Abaixo também em latim, *Novus Ordo Seclorum* (Uma nova ordem se inicia).

*“O movimento de massa resvala, como se pode esperar, do alto de um plano inclinado estabelecido pelos grandes números: a pessoa só está segura onde muitos estão; o que muitos acreditam deve ser verdadeiro; o que muitos almejam deve ser digno de luta, necessário e, portanto, bom; o poder se vê forçado a satisfazer o desejo de muitos. Mas o mais belo mesmo é escorregar com leveza e sem dor para a terra das crianças, sob a*

*proteção dos pais, livre de qualquer responsabilidade e preocupação. Pensar e preocupar-se é da competência dos que estão lá no alto; lá existem respostas para todas as perguntas e necessidades. Tudo o que é necessário encontra-se à disposição. Esse estado onírico infantil do homem massificado é tão irrealista que ele jamais se pergunta quem paga por esse paraíso. A prestação de contas é feita pela instituição que se lhe sobrepõe, o que é uma situação confortável para ela, pois aumenta ainda mais seu poder. Quanto maior o poder, mais fraco e desprotegido o indivíduo. (...) Os grandes números – as massas e o poder esmagador – são diariamente impostos a nossos olhos pelos jornais o que, implicitamente, reafirma a falta de importância do indivíduo, a ponto de lhe retirar todas as esperanças de ser ouvido em algum tempo ou lugar. Os ideais de ‘liberté, égalité, fraternité’, transformados em meros chavões não podem sequer ajudá-lo pois ele só pode dirigir esse apelo aos seus próprios carrascos, aos representantes da massa.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>228</sup>*

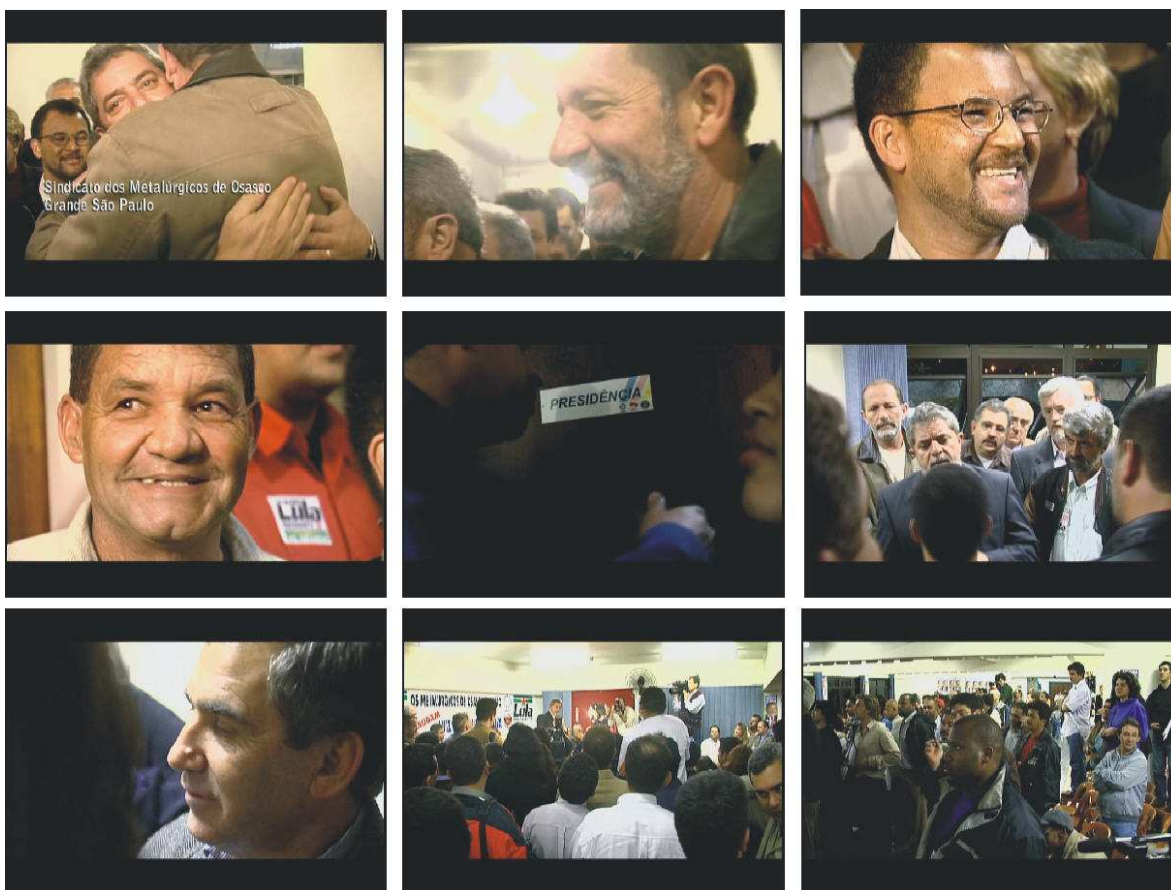


Fotograma do filme *Peões*, de Eduardo Coutinho – cena mostra Luiz Inácio da Silva, o “Lula”, sendo carregado nos braços pela multidão de grevistas durante as manifestações da greve geral dos metalúrgicos do ABC, em 1979. Nesse primeiro movimento de massas da classe operária realizado após 1964, Lula liderou cerca de 140 mil grevistas.<sup>229</sup>

*“Os líderes do Estado massificado não podiam deixar de ser idolatrados. Onde essa idolatria ainda não se impôs com violência, surgem outros fatores obsessivos de energia demoníaca como o dinheiro, o trabalho, a influência política, etc. Quando o*

*homem perde uma de suas funções naturais, isto é, quando essa se vê excluída de sua atividade consciente e intencional, ocorre o distúrbio geral. É evidente, portanto, que, com a vitória da 'déesse Raison' [deusa Razão], tenha havido uma neurotização geral do homem moderno, ou seja, uma dissociação de sua personalidade análoga à cisão contemporânea do mundo. A cerca de arame farpado que divide o mundo atravessa também a psique do homem moderno, quer ele viva de um lado ou de outro. E como o neurótico clássico não tem consciência do outro lado de si mesmo, isto é, de sua sombra, também o indivíduo normal que, como ele, vê a sua sombra no próximo, a vê respectivamente no homem do outro lado da trincheira. Já se tornou inclusive uma tarefa social e política considerar diabólico o capitalismo do outro lado da cerca e deste lado, o comunismo, fascinando com o exterior o olhar do indivíduo para desviá-lo de seu próprio interior.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>230</sup>*

cronometria: 0:07:30 > 0:08:40



Fotogramas do filme *Entreatos – Lula a 30 dias do poder*: reunião no Sindicato dos Metalúrgicos de Osasco e Grande São Paulo.

Estas cenas de *Entreatos*, mostram Lula chegando ao Sindicato dos Metalúrgicos de Osasco e Grande São Paulo. O clima é de descontração geral. Num primeiro momento a equipe de filmagem fica para fora da sala da presidência, onde Lula recebe uma preleção sobre a composição da audiência que o aguarda. Com ajuda de Freud Godoy, a equipe de filmagem consegue acesso à sala. O dirigente sindical responsável pelas instruções diz à Lula: “Nos temos aqui hoje mais de vinte, deve ter uns vinte e cinco sindicatos, construção civil, têxteis, gráficos de Osasco, servidor público, tem uma bacia aí.” Gilberto Carvalho, assessor de Lula, recomenda: “Lula, vamos lá porque o povo... a massa está impaciente.” Lula então começa seu discurso: “Tudo o que eu sou não é fruto da minha inteligência, não. É fruto da consciência política da classe trabalhadora brasileira. [voz exaltada na audiência: É isso aí! – palmas] Na medida... na medida em que vocês evoluíram politicamente, na medida em que vocês ficaram mais exigentes, eu tive o privilégio, quem sabe até a graça de Deus, de ter aparecido no sindicato num momento em que eu virei porta-voz de uma ansiedade que existia no meio dos trabalhadores.”

*“Processo de identificação de um destino individual e de um destino coletivo, de um povo inteiro e do intérprete profético de sua história, que com toda evidência encontra sua realização exemplar na coorte bastante alucinante desses grandes ‘chefes’ ditatoriais de que nosso século viu multiplicarem-se as imagens. Oradores de caráter quase sagrado, é em primeiro lugar pelo Verbo que agem, é pela palavra que pretendem decidir o curso da história. ‘O que fez Jesus Cristo? – comenta Goebbels. – Escreveu livros ou pregou? E Maomé? Olhem nossa época. Mussolini era um escritor ou um grande orador? Quando Lenin foi de Zurique a São Petesburgo, correu da estação para o escritório para escrever um livro ou falou para a multidão? Apenas os grandes criadores de Palavras fizeram o bolchevismo e o fascismo.’ É pelo poder do específico do Verbo que se opera, com efeito, essa estranha comunhão que faz com que, dirigindo-se o chefe político à multidão, seja igualmente a multidão que se exprima nele, com ele. Hitler se compara de bom grado a um tambor, a uma caixa de ressonância: sua voz não é nada mais que a de todos os homens e de todas as mulheres da Alemanha, amplificada, mediatizada. ‘Eu não sou nada sem vocês – declara Hitler –, mas tudo o que são, vocês o são por mim.’ Situação de absorção*



*recíproca do povo e de seu guia que esta outra fórmula traduz bastante bem: ‘O Führer fala e age não apenas para o povo e em seu lugar, mas enquanto povo. Nele o povo encontra seu rosto.’” (Raoul Girardet. Mitos e Mitologias Políticas)<sup>231</sup>*

*cronometria: 0:08:43 > 0:14:07*



Fotograma do filme *Entreatos*: a seis dias do primeiro turno das eleições presidências de 2002, Lula vai ao seu cabeleireiro.

Esta imagem especular representa a seqüência de *Entreatos* em que Lula, a seis dias do primeiro turno das eleições presidências de 2002, chega ao seu cabeleireiro em São Paulo dando uma entrevista via celular ao repórter Amir Domingos da Rádio Guaíba de Porto Alegre (RS). Indagado, Lula fala a respeito do “evento” *Carta ao Povo Brasileiro*: “... nós assumimos na carta que fizemos em junho a nação brasileira que nós iríamos arcar com a responsabilidade e com os contratos tomados pelo Brasil, afinal de contas, nos temos que honrar os compromissos porque a maioria da dívida brasileira hoje é uma dívida privada.”<sup>232</sup>

*“É visível, desde antes da virada do milênio, a transformação por que tem passado o PT, tornando-se um partido mais maduro, mais moderado, de mais propostas e menos críticas. Isso tem feito com que uma parcela cada vez maior da sociedade, não-politizada, que é a que elege, comece a perder o medo do PT e a ficar mais motivada a lhe dar uma*

*oportunidade (...) O PT começou a se modernizar no 'conteúdo' – disso, ninguém tem dúvida. Mas continua se equivocando na 'forma'. No modo de se comunicar com a população. Nos seus discursos, por exemplo, permanecem clichês como 'a luta continua' e 'vamos à luta companheiro' – slogans de um tempo passado, que remetem à resistência à ditadura militar e às grandes greves operárias da década de 1970. As críticas excessivas e o uso dessas palavras de ordem contribuem para assustar o eleitor comum, moderado e despolitizado, que não quer ouvir falar de lutas ou de brigas de espécie alguma. Briga lembra confusão, confusão lembra baderna. E é justamente disso que ele mais tem medo. É preciso falar de sonhos, mas também de realidades. Em vez de dizer 'juntos vamos mudar o Brasil', passar a falar mais objetivamente do que será feito para mudar o país. Juntos como? Com o quê? De que forma? O PT precisa mudar um pouco o seu discurso, comunicar-se de forma mais clara com a população, apresentando propostas concretas para os problemas brasileiros, para que a sociedade possa entender e confiar no seu projeto. E assim apoiá-lo. Que a hora do PT está chegando, está. Resta saber se será nesta ou na próxima eleição." (Duda Mendonça, Casos e Coisas)<sup>233</sup>*

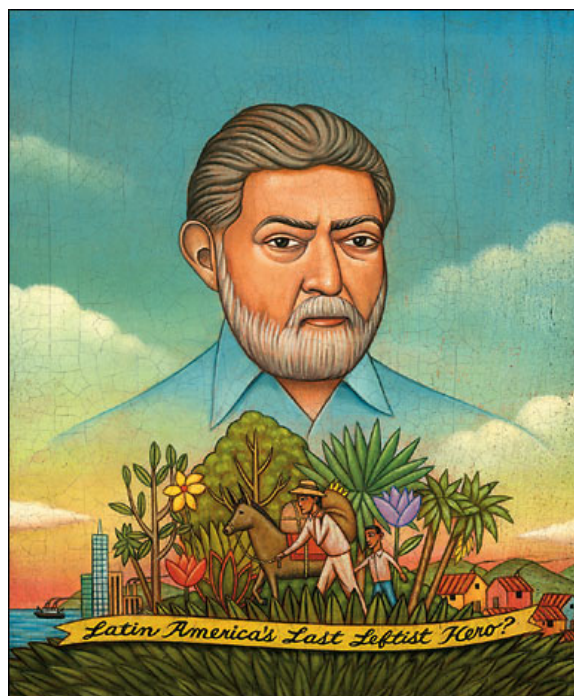
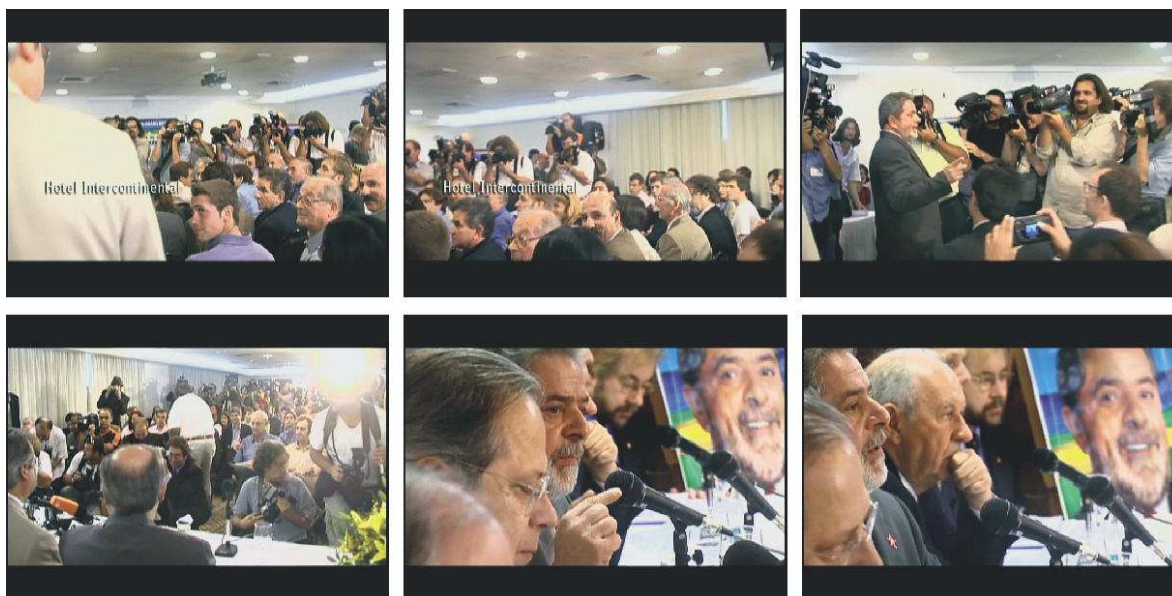


Ilustração de matéria sobre Lula no jornal New York Times, 27 de junho de 2004: *Poor Man's Burden. In his rise from poverty to the presidency, Lula became the great hope of Brazil's destitute. But can he change their lot in a post-revolutionary, free-market world?* (O dever de um homem pobre. Em sua ascensão da pobreza à presidência, Lula se tornou a maior esperança dos brasileiros destituídos. Mas pode ele mudar a sorte deles no livre-mercado de um mundo pós-revolucionário?)<sup>234</sup>



Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula participa da segunda entrevista coletiva com correspondentes estrangeiros no Brasil, no Hotel Intercontinental, São Paulo.

Cinquenta minutos após ter saído do cabeleireiro, como indica o letreiro que sobrepõe as imagens desta sequência de *Entreatos*, Lula chega ao Hotel Intercontinental para participar da segunda entrevista coletiva com correspondentes estrangeiros no Brasil, acompanhado de José Dirceu. Descontraídos, ele e Lula falam a respeito do desempenho do Sport Club Corinthians Paulista, o time de futebol do qual Lula é torcedor. À frente no auditório, sentados à mesa, além de Lula e Zé Dirceu, estão: Marco Aurélio Garcia, José de Alencar, André Singer, entre outros. Questionado por Andrew Downie, da revista Time, sobre a posição ideológica dos candidatos adversários de Lula, que eram todos de centro ou centro-esquerda, Lula respondeu: “Eu confesso a você que eu não gosto de ser rotulado. A mim não tem nenhuma vantagem eu dizer que sou de centro-esquerda, que eu sou de esquerda.” E em complemento à resposta de uma pergunta feita a José Dirceu sobre sua vida em Cuba, Lula esclarece à respeito da origem do PT: “...para vocês entenderem a diferença entre o PT e o que nós consideramos partidos tradicionais. A novidade política do PT, é que ele foi no Brasil a primeira experiência de um partido criado por trabalhadores. A juventude da América Latina acreditava que não tinha saída política, que a única saída era luta armada através da revolução. E nós quisemos provar que era possível, os trabalhadores sendo maioria, se organizarem e chegarem ao poder pela via democrática.”

“... a fixação de um sentido unívoco a uma palavra como, por exemplo, ‘democracia’ não é uma tarefa neutra. Pelo contrário, o estabelecimento deste sentido seria o resultado de uma acirrada batalha política, travada exatamente por aqueles que buscam atrair simpatias para suas posições graças ao charme difuso e ao prestígio social do adjetivo ‘democrático’. Assim, a disputa em torno de palavras e um grau razoável de imprecisão no seu uso são inevitáveis: essa disputa é constitutiva do próprio discurso político. Esses vocábulos ganham contornos mais definidos apenas quando inseridos dentro de um projeto político. Na ausência da enunciação do projeto, no entanto, as palavras permanecem ocas. Tornam-se, na verdade, fachadas que procuram esconder a falta de uma mensagem que se queira dirigir à sociedade. Surge aqui o proverbial ‘falatório vazio’ dos políticos, ridicularizado com frequência pelos humoristas.” (Luis Felipe Miguel, *Mito e Discurso Político*)<sup>235</sup>

cronometria: 0:18:20 > 0:21:22



Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula e “companheiros” aguardam decolagem de avião na sala Vip do aeroporto de Congonhas, São Paulo.

Nesta seqüência na sala VIP do aeroporto de Congonhas em São Paulo, enquanto Lula fala ao celular, Antonio Palocci, coordenador do programa de governo, lê em voz alta uma notícia da Agência Estado, dando conta que Roberto Setúbal, proprietário do Banco Itaú havia dito: “Lula não será um presidente populista. Lula vai ser eleito, fez



compromissos com a economia, não será um populista. Lula é um homem honesto e será um presidente racional.” Segundo Ricardo Kotscho, coordenador da equipe de imprensa da campanha, presente na sala, esta seria a notícia mais importante do dia.

cronometria: 0:24:35 > 0:25:23



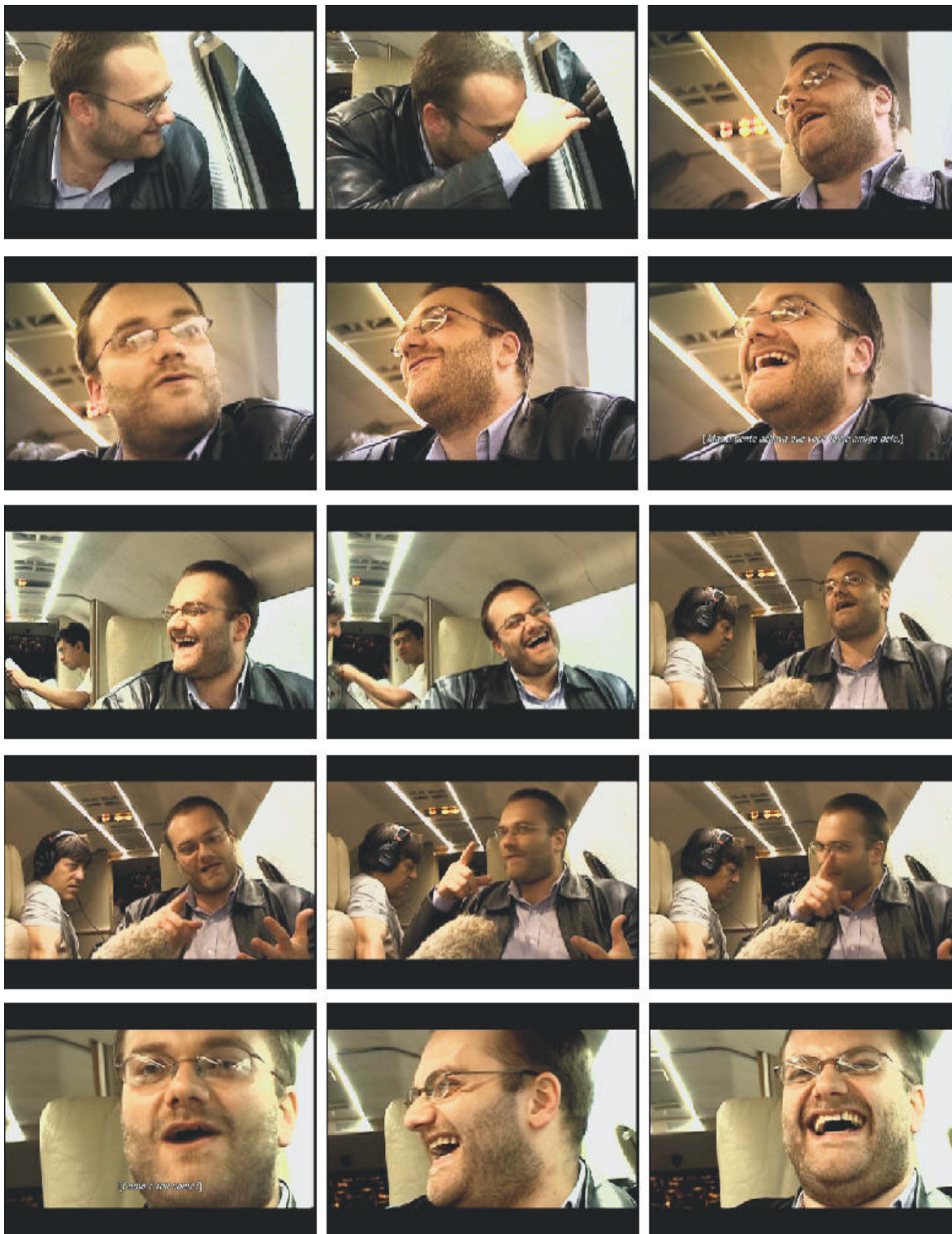
Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula, José Alencar, Antonio Palocci, Luiz Dulci e Oded Grajew (Presidente do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social) em vôo entre Porto Alegre e São Paulo.

Na sequência seguinte de *Entreatos*, Lula lê o jornal Zero Hora durante o percurso aéreo entre Porto Alegre e São Paulo. Ao encontrar uma matéria dizendo que o jornal londrino *Financial Times* pede que o mercado dê uma chance ao país e a Lula, passa o jornal a Palocci que tece seus comentários: “Esse jornal [*Financial Times*] tá mudando as matérias dele. Pôs uma matéria recente dum americano aí que... pô... falando que era melhor você ganhar no primeiro turno, melhor pro país, pras finanças.” Luiz Dulci, membro da coordenação da campanha, diz: “Que o *Financial Times* tenha uma opinião boa sobre nós, ou útil, é bom. Mas se eles estão mudando para visões menos ortodoxas, isso pode facilitar o governo. Na crise. Né? exigir coisas menos...”

*“A amplitude do alcance que a propaganda tem, no sentido de moldar as questões que nos dizem respeito, poderia surpreender até mesmo as pessoas mais bem informadas. Apesar disso, só é preciso dar uma olhada nos jornais para saber o poder que a propaganda exerce sobre a opinião pública. Página um do New York Times no dia em que este parágrafo foi escrito continha oito notícias importantes. Quatro delas, ou metade, eram propaganda. O leitor casual as aceita como relatos de acontecimentos espontâneos. Mas elas são? Aqui estão as manchetes que as anunciam: DOZE NAÇÕES ADVERTEM A CHINA: REFORMA DEVE ACONTECER ANTES QUE ELES DÊEM AJUDA – PRITCHETT INFORMA: SIONISMO FRACASSARÁ – CORRETORES DE IMÓVEIS DEMANDAM POR UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE O TRÂNSITO – NOSSO PADRÃO DE VIDA É O MAIS ALTO DE TODA A HISTÓRIA, DIZ O RELATÓRIO HOOVER. Vejamo-las em ordem: o artigo sobre a China explica o relatório ligado a Comissão sobre a Extraterritorialidade na China, apresentando uma exposição sobre os ‘poderes’ que estão presentes no caso da confusão chinesa. O que ele diz é menos importante do que ele é. Ele é um ‘faça-se público através do Departamento de Estado’ com a intenção de apresentar ao público norte-americano um quadro sobre a posição do Departamento de Estado com relação ao caso chinês. Sua fonte dá autoridade à notícia, e o público tende a aceitar e apoiar a visão do Departamento de Estado dos Estados Unidos.*

*“A reportagem do Dr. Pritchett, um conselheiro da Fundação Carnegie para a Paz Internacional, é uma tentativa de encontrar a realidade dos fatos sobre esta povoação judaica no meio de um indócil mundo árabe. Enquanto o levantamento do Dr. Pritchett serve para convencê-lo de que a longo prazo o Sionismo traria ‘mais amargura e mais infelicidade tanto para judeus quanto para árabes’, este ponto de vista era transmitido com toda a autoridade da Fundação Carnegie. Dessa forma o público ouviria e acreditaria. A declaração feita pelo presidente do Conselho Imobiliário de Nova Iorque, e a notícia dada por um dos secretários do presidente Hoover, são tentativas semelhantes de influenciar o público na direção de uma opinião já formada.*

*“Estes exemplos não foram dados para criar uma impressão de que existe algo de sinistro na propaganda. Eles são, melhor dizendo, um registro que ilustra como os eventos são conscientemente dirigidos, como os homens por de trás desses eventos influenciam a opinião pública e como eles são exemplos da propaganda moderna.” (Edward Bernays, Propaganda)<sup>236</sup>*



Fotogramas do filme *Entreatos*: eleitor que havia perdido seu avião para Porto Alegre, ao encontrar Lula no aeroporto, ganha carona no avião da equipe cinematográfica graças intercessão do candidato à presidência. Eleitor dá depoimento e confessa sua admiração e apoio à Lula.

Nesta sequência de *Entreatos*, temos um relato de admiração à Lula, feito por um cidadão que, após ter perdido seu avião de retorno à Porto Alegre, encontrou Lula no aeroporto e ao cumprimentá-lo, comentando a sua situação, foi agraciado com uma carona no avião da equipe cinematográfica de *Entreatos*, graças intercessão do próprio Lula junto à Walter Carvalho, diretor de fotografia do filme. Vejamos a transcrição da história relatada pelo próprio eleitor de Lula, Alfeu Dick e Silva, e filmada dentro do avião da equipe que ia de Florianópolis à Porto Alegre:

[Equipe]

– Você conheceu o Lula como?

[Alfeu]

– Então, vou te explicar como é que foi: ...eu vim trabalhar aqui em Florianópolis hoje, pra voltar hoje mesmo pra Porto Alegre. Daí deu um atraso no meu trabalho e eu perdi o avião quando cheguei aqui. Daí fiquei né...

[Equipe]

– Você é jornalista, não?

[Alfeu]

– Não, não, eu trabalho com medicamento.<sup>237</sup> Daí eu, pô, cheguei ali não consegui, só ia pra amanhã, e eu tinha um compromisso cedo em Porto Alegre, bom tô frito. Daí quando eu vejo tá chegando o Lula, a comitiva toda, né? Daí eu pensei assim comigo, bom, pelo menos tem uma coisa de bom, né? Eu vou ver o Lula, né?, que eu cara que eu admiro demais. Daí quando ele passou, eu fui lá [e disse]: tu me da licença. Deixa eu te dar um abraço. Abracei, disse ó: perdi meu vôo.

[Equipe]

– Você não é amigo do Lula?

[Alfeu]

– Não. Peguei apertei disse assim ó: obrigado pela força. Fico feliz de você tá aqui, né? Queria te agradecer, perdi meu avião, mas valeu a pena. E ele: “mas perdeu seu avião pra onde?” E eu: pra Porto Alegre. Ele: “então tu vai com a gente.”

[Walter Carvalho]

– Quando eu vi você se abraçando com ele, eu imaginei que era um amigo do Lula. Agora que estou descobrindo aqui, nesse momento, que o cara é um carona, entendeu? O cara conheceu o Lula hoje, naquela hora, e já era eleitor do Lula. É isso?

[Equipe]

– Eu falei pra Raquel (produtora) assim, – ela perguntou: “quem é aquele cara?” – eu falei: é um íntimo do Lula. Aí, é o cara que o Lula pediu pra gente levar.

[Alfeu – risadas]

[Walter Carvalho]

– Quando eu vi a mala dele, uma mala enorme, aí eu falei: ih rapaz, não sei se essa tua mala vai caber no avião. Aí eu falei pro Lula: Lula, talvez ele vai, ele vai. Agora, talvez essa mala não vai. Ele falou assim: ‘tu não tá levando uma mala, leva a outra também.’ Chamando ele (Alfeu) de mala. Então eu achei que era amigo.

[Alfeu]

– O que eu acho demais é o seguinte cara: eu sou dum tempo, e eu escutava uma geração falar que, pô, todo mundo tem que ser doutor, quem tem que governar é a elite, sempre teve aquela imagem assim. E o povo muitas vezes não acreditava na força dele mesmo. Não acreditava que ele pudesse mudar e que tinha a força de mudar as coisas. E hoje, porra! Tu vê o Lula: o cara é um torneiro mecânico; é uma personalidade que ele escapou da seca do nordeste; ele foi presidente do sindicato; ele perdeu um dedo trabalhando; ele foi um cara que falou, comeu um monte de “r” e “s” na televisão, e todo mundo falava: ah! o Lula é um cara que não sabe falar; e hoje, cara, ele é a maior liderança política do Brasil, disparado; é personalidade política mundial, internacional. E essa mudança de mentalidade é que faz com que a gente veja que o país tá mudando mesmo, né velho? Vai votar num torneiro mecânico, cara.

[Equipe]

– Como é teu nome?

[Alfeu]

– Alfeu.

[Equipe]

– Fala ele completo.

[Alfeu]

– Alfeu Dick e Silva. Sou parente do homem, cara. [Risos].

*“Não me canso de dizer que, antes de avançar sobre outro rebanho, trato de não deixar o meu se dispersar. É uma regra básica: não posso perder nenhum voto, aqui. Pelo contrário, tenho que fortalecer o meu eleitor. Com argumentos. Numa campanha, mais importante do que ‘vender’ um candidato, é ‘vender’ argumentos para aqueles que*

desejam votar nele. No meu modo de entender as coisas, a propaganda de televisão, as entrevistas, os comícios, devem ser usados prioritariamente, para divulgar os argumentos. Eles são a base da nossa campanha. Imagine a seguinte cena. O eleitor está num bar, tomando a sua cervejinha de final de expediente, antes de voltar para casa. De repente, um amigo começa a falar mal do seu candidato. Ora, se ele não tiver segurança, se não estiver convicto da sua escolha naquela hora, pode perder a empolgação, dando espaço à dúvida. Aí o seu voto balança. Adiante, pode até trocar de candidato. Isso acontece com muita frequência. O objetivo da propaganda política, numa hora dessas, é dar ao eleitor condições para desqualificar, de imediato, aquelas críticas e aqueles comentários desfavoráveis. Logo, o que tenho a fazer é municiar os meus eleitores. Dar argumentos para que ele, onde quer que esteja, sintase pronto para sustentar o seu voto e defender publicamente o seu candidato. Ou que, mesmo que não queira rebater a crítica, não tenha abalada a sua confiança interna. Isso é fundamental, porque eleição não se decide em escritórios de campanha, em mesa redonda de analistas políticos, nem no estúdio de TV. Decide-se na rua. Ao ar livre. Em espaços públicos de convívio, de trocas de idéias, de experiências e informações. No trabalho, na escola, no bar, na academia de ginástica, no ônibus, na sala de espera do consultório, na praia, no futebol. Assim, minha primeira meta é transformar cada eleitor meu num cabo eleitoral. Ele tem que estar afiado e afinado. Ter respostas e propostas prontas, na ponta da língua. Tem que saber dizer, com segurança e clareza, sem titubear um só instante, por que o seu candidato é o bom. Tem que saber responder à indiferença, à rejeição, à intriga, à crítica, ao medo. Tem que ter argumentos para tudo, tem que estar vacinado contra tudo. Ao fortalecer esse eleitor 'cativo', não só vou consolidando o eleitorado que vota no meu candidato, como começo, aos poucos, a sensibilizar os indecisos, os eleitores 'conquistáveis' que, ouvindo essas conversas aqui e ali, vão absorvendo gradualmente os nossos argumentos. Ainda não estou falando diretamente para estes, mas a verdade é que o trabalho da conquista já começou. O argumento faz parte, portanto, de uma estratégia de persuasão. Seu objetivo, em publicidade, é o convencimento. Porque uma coisa é a propaganda informativa – por exemplo, o Banco Central avisa que amanhã os bancos não vão abrir – e a outra coisa é a propaganda de convencimento. Este é o caso da propaganda política. Ela é feita, sobretudo, para convencer. E é por isso que tem que ser construída sobre um argumento.



*Mas sobre um argumento claro, lógico, livre do peso do exagero. O candidato não é nenhum messias. Ele é um ser humano. E é como ser humano que precisa se aproximar do eleitor e ganhar sua confiança. Só assim poderá conquistar a sua admiração. Esta é a palavra mágica: admiração. Se o candidato consegue conquistar a admiração da população, ele está muito próximo do sucesso. Porque, quando você admira uma pessoa, duas coisas costumam acontecer. A primeira é que você confia muito mais nela. Como consequência, acredita mais em suas propostas, em seus projetos. A segunda, você sempre está muito mais propenso a não acreditar em acusações feitas contra o seu herói, a esquecer ou a perdoar os seus eventuais defeitos. Nesse sentido, a admiração é um sentimento elevado. Superior.” (Duda Mendonça, Casos e Coisas)<sup>238</sup>*

cronometria: 0:38:29 > 0:39:18



Fotogramas do filme *Entreatos*: a dois dias do primeiro turno no Comitê Lula Presidente, Lula experimenta camisas e gravatas na presença de Gilberto Carvalho (assessor especial), Marisa Leticia (esposa) e Nazareth Amaral (figurinista), entre outros.

Na sequência da página anterior, Lula experimenta camisas e gravatas numa sala climatizada do Comitê Lula Presidente. Estão presentes Gilberto Carvalho (assessor especial de Lula), sua esposa Marisa Leticia Rocco Casa e sua figurinista Nazareth Amaral, entre outros. Lula reclama sobre a qualidade das camisas: “Contrataram um costureiro famoso não sei das quantas, o cara não acerta uma camisa minha. Todas que fazem não presta. Impressionante. ‘Não, porque o cara é chic, o cara é chic-chic.’ Eu mando no meu da Jurubatuba lá, não falha uma bicho.” Reclama da gravata para a figurinista: “Eu já falei pra Nazareth, dá uma olha nessa gravata aqui ó, o nó normal que eu dou. [Marisa – mas é o tecido, eu já falei pra ele, é muito grosso] Essa gravata Nazareth é aquela que fica *curtíssima* quando eu dou o nó. Já falei pra você.” E fala de sua predileção pelas roupas: “Sempre gostei de andar bem vestido, sempre. É que peão não pode comprar muita roupa, né? Mas eu sempre achei bonito um cara de terno e gravata, sempre. Achei muito elegante. Eu morava na frente de um armazém de café na Vila Carioca e aqueles, aquelas pessoas que trabalhavam, cada puta negão de dois metros de altura, e todo dia iam trabalhar de terno branco e gravata, chapéu. Eu achava tão bonito, rapaz. Meu pai, meu pai trabalhava num armazém de café e saía de casa todo dia de terno e gravata, pra trabalhar. É um demônio, passei trinta anos na fábrica e não me acostumei de macacão, mas três dias de gravata...” [Risos].

cronometria: 0:50:09 > 0:53:06



Fotogramas do filme *Entreatos*: em camarim, Lula, Mário Kertész (ex-prefeito de Salvador), Gilberto Carvalho, entre outros.



Mais adiante, na sequência representada pelos fotogramas anteriores, Lula está num camarim com Mário Kertész, ex-prefeito de Salvador e ex-cliente de Duda Mendonça.<sup>239</sup> Lula conta, para Mário Kertész, como rebateu à crítica de um integrante do PT a respeito do “novo Lula” e seu “guarda-roupa”, conta como era seu cotidiano como operário na Villares e dialoga, com Gilberto Carvalho, sobre seus desgostos e as saudades do mundo do trabalho:

[Lula]

– Esses dias um companheiro xiita do PT... xiita não, um companheiro do PT falou assim, não sei o que que eu tinha falado que ele falou assim: ‘porque companheiros e companheiras, eu prefiro o Lula de macacão’ [risos] – eu não tava na reunião, aí quando eu cheguei me falaram. Aí eu fui lá no microfone, e falei: olha, tem um companheiro aqui que disse que prefere o Lula de macacão. Vamos fazer o seguinte, eu dou meu macacão de graça pra ele, [risos] em troca da gravata dele, ele vai trabalhar numa fábrica para ele saber se é bom trabalhar numa fábrica [risos]. Só fala isso quem não conhece o que é trabalhar de macacão numa telha de “brasilit”, depois do almoço aquela porra esquentada, você fica suando até três hora da tarde.

[Gilberto Carvalho]

– Eu trabalhei numa serralheria □... [fala interrompida por Lula]

[Lula]

– O Mário, olha eu trabalhava..., o Gilberto, na Villares, na Villares, a Villares é uma empresa, é toda em “brasilit” o telhado. A gente parava meio-dia pra almoçar. Eu andava cinco a seis minutos pra ir no bar do Ramiro tomar uns goró. A gente comprava garrafa de pinga e marcava o nome da gente na garrafa. E ele guardava lá. Então você chegava: ‘dá minha garrafa’ [risos]. Aí catava a garrafa e você não tomava uma dose, tomava três, quatro doses antes do almoço. Aí ia almoçar. Você já chegava no almoço pingando suor. Aí fazia um bandeirão daquele que você não via, parecia o Pão de Açúcar o prato assim, né? Aquilo até o cozinheiro pingava suor dentro da comida, assim [risos]. Você comia, comia que nem um cavalo. Aí você tinha que comer em quinze minutos, porque você tinha que jogar bola

ainda. Você imagina que loucura? Tomava três, quatro pinga antes do almoço, comia em quinze minutos e ia jogar bola. Um sol da porra. Aí quando acabava, quando dava uma hora da tarde, aquele macacão de cáqui, sabe aquela roupa? Aquilo tava *melequento*, suado, você ia trabalhar. Eu trabalhava num torno, em cima da minha cabeça assim, ficava a janela em que ficava a direção da empresa olhando a gente trabalhar. E aquilo saía cada cavaco desse tamanho, caía no meu cabelo e cozinhava tudo. Eu só batia com a mão assim. Você já viu cavaco cair dentro do óculos aqui, que você não..., nesse cantinho aqui caiu um cavaco, puta merda!

[Gilberto Carvalho]

– Nunca trabalhei com torno, eu trabalhava com solda.

[Lula]

– Eu ficava doido, bicho. E o chefe lá rindo. Verdade.

[Gilberto Carvalho]

– Mas eu tenho saudade do ambiente de fábrica.

[Lula]

– É... Tem tanta que não quer voltar nunca mais. Se quiser voltar eu te arrumo, pra trabalhar numa solda.

[Gilberto Carvalho]

– Eu tô aposentado, fui demitido.

[Lula]

– Não tenho um milímetro de saudade da fábrica.

[Gilberto Carvalho]

– Ah... claro que tem.

[Lula]

– Tenho saudade dos meus amigos. Mas de fábrica, do ambiente de fábrica?

[Gilberto Carvalho]

– Bem melhor que reunião do diretório nacional do PT.

[Lula]

– É por isso que eu não vou em reunião do diretório.

*“A ideologia burguesa não faz política. Política é um espaço desinteressante. São sempre as mesmas discussões parlamentares, os políticos que nada resolvem, os partidos atrelados a interesses econômicos e tantas outras coisas. A política no capitalismo é um espaço árido, fastidioso, sem importância. Não é por aí que a dominação conquista seus adeptos. A política dos dominantes fala outra língua: consegue-se respaldo e mobilização popular quando certos bens, certas vantagens, comodidades e valores capitalistas estão ameaçados. As camadas médias no capitalismo, por exemplo, atuam politicamente quando seus interesses estão ameaçados. Por esse caminho chega-se à política, ou seja, indiretamente. A ideologia burguesa consegue sustentação para seu programa e suas estratégias de classe obtendo o consenso popular pela conquista dos assalariados por meio dos bens de consumo, das esperanças, das expectativas e dos interesses. Ou seja, pondo em risco os valores materiais 'conquistados'. Nesse sentido, a ideologia não mexe com a esfera do programa concreto e imediato, mas com as imagens criadas pela publicidade e pela propaganda ideológica. Ela mexe, assim, com o imaginário, com a fantasia.” (Ciro Marcondes Filho, *A linguagem da Sedução*)<sup>240</sup>*



Fotogramas do filme *Entreatos*: comemoração do aniversário de Lula em sua cobertura duplex em São Bernardo do Campo, coincidentemente no mesmo dia em que foi realizado o primeiro turno das eleições presidenciais, em 6 de outubro de 2002.

Nas imagens acima, estão as cenas de *Entreatos* em que Lula, após ter votado no primeiro turno das eleições presidenciais de 2002, comemora seu aniversário em seu apartamento duplex em São Bernardo do Campo, junto com sua família, Frei Betto e uma multidão, aglomerada em frente ao edifício. Frei Betto chama a todos para uma oração em celebração ao aniversário de Lula. Ele, então, reúne todos entorno de uma vela acesa sobre a mesa e lê o do Salmo 72, intitulado: *A autoridade que Deus quer*. Logo após verem a notícia sobre o término do pleito, Lula e Marisa deixam o apartamento em direção ao Comitê Lula Presidente, em São Paulo.

**Salmo 72**  
A Autoridade que Deus Quer  
Desejos de paz ao messias

[71 (HEBR.72) De Salomão]

*Ó Deus, confiai ao rei os vossos juízos,  
Entregai a justiça nas mãos do filho real.  
Para que ele governe com justiça vosso povo,  
E reine sobre vossos humildes servos com equidade.  
Produzirão as montanhas frutos de paz ao vosso povo,  
E as colinas, frutos de justiça.  
Ele protegerá os humildes do povo,  
salvará os filhos dos pobres,  
E abaterá o opressor.*

*Ele viverá tão longamente como dura o sol,  
Tanto quanto ilumina a lua, através das gerações.  
Descerá como a chuva sobre a relva,  
Como os aguaceiros que embebem a terra.  
Florescerá em seus dias a justiça,  
E a abundância da paz, até que cesse a lua de brilhar.*

*Ele dominará de um ao outro mar,  
Desde o grande rio até os confins da terra.  
Diante dele se prosternarão seus inimigos,  
E seus adversários lambeirão o pó.  
Os reis de Târsis e das ilhas lhe trarão presentes,  
Os reis da Arábia e de Sabá oferecer-lhe-ão seus dons.  
Todos os reis o hão de adorar,  
Hão de servi-lo todas as nações.  
Porque ele livrará o infeliz que o invoca,  
E o miserável que não tem amparo.  
Ele se apiedará do pobre e do indigente,  
E salvará a vida dos necessitados.  
Ele os livrará da injustiça e da opressão,  
E preciosa será a sua vida ante seus olhos.*

*Assim ele viverá e o ouro da Arábia lhe será ofertado;  
Por ele hão de rezar sempre e o bendirão perpetuamente,  
Haverá na terra fartura de trigo,  
suas espigas ondularão no cume das colinas  
Como as ramagens do Líbano;  
E o povo das cidades florescerá como as ervas dos campos.  
Seu nome será eternamente bendito,  
E durará tanto quanto a luz do sol.  
Nele serão abençoadas todas as tribos da terra,  
Bem-aventurado o proclamarão todas as nações.  
Bendito seja o Senhor, Deus de Israel,  
Que, só ele, faz maravilhas.  
Bendito seja eternamente seu nome glorioso,  
E que toda a terra se encha de sua glória. Amém! Amém!*

*Aqui terminam as preces de Davi, filho de Jessé.<sup>241</sup>*

## **Salmo 72**

O mistério da prosperidade dos maus  
Salmo de Asaf

*Oh! como Deus é bom para os corações retos,  
E o Senhor para com aqueles que têm o coração puro!  
Contudo, meus pés iam resvalar,  
Por pouco não escorreguei.  
Porque me indignava contra os ímpios,  
Vendo o bem-estar dos maus:  
Não existe sofrimento para eles,  
Seus corpos são robustos e sadios.  
Dos sofrimentos dos mortais não participam,  
Não são atormentados como os outros homens.  
Eles se adornam com um colar de orgulho,  
E se cobrem com um manto de arrogância.*

*Da gordura que os incha sai a iniquidade,  
E transborda a temeridade.  
Zombam e falam com malícia,  
Discursam, altivamente, em tom ameaçador.  
Com seus propósitos afrontam o céu  
E suas línguas ferem toda a terra.  
Por isso se volta para eles o meu povo,  
E bebe com avidez das suas águas.  
E dizem então: 'Porventura Deus o sabe?  
Tem o Altíssimo conhecimento disto?'  
Assim são os pecadores  
E tranqüilamente, aumentam suas riquezas.*

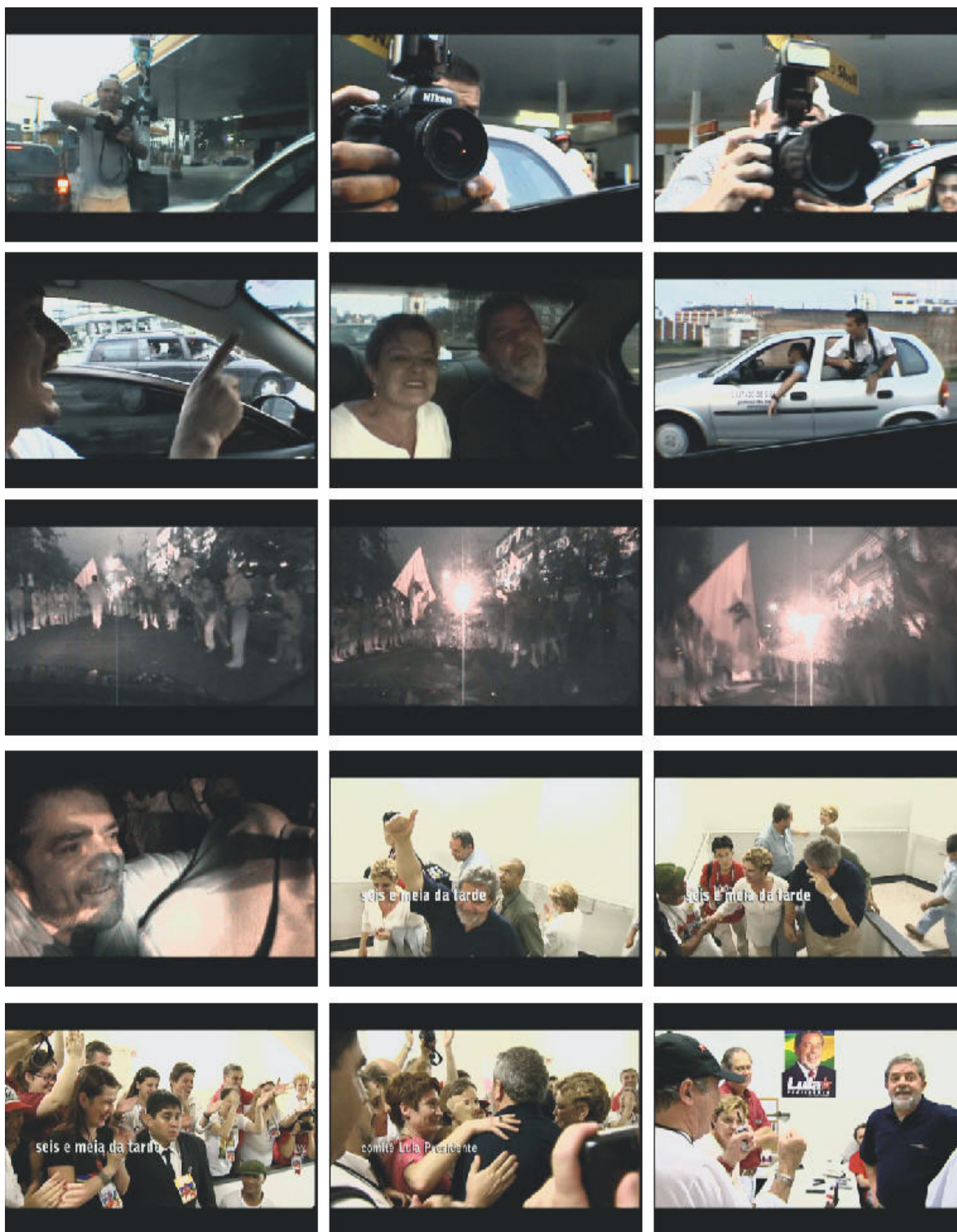
*Então foi em vão que conservei o coração puro  
E na inocência lavei as minhas mãos?  
Pois tenho sofrido muito e sido castigado cada dia.  
Se eu pensasse: 'Também vou falar como eles',  
Seria infiel à raça de vossos filhos.  
Reflito para compreender este problema,  
mui penosa me pareceu esta tarefa,  
Até o momento em que entrei no vosso santuário  
E em que me dei conta da sorte que os espera.  
Sim, vós os colocais num terreno escorregadio,  
À ruína vós os conduzis.  
Eis que subitamente se arruinaram,  
Sumiram, destruídos por catástrofe medonha.  
Como de um sonho ao se despertar, Senhor,  
Levantando-vos, desprezais a sombra deles.  
Quando eu me exasperava  
E se me atormentava o coração,  
Eu ignorava, não entendia,  
Como um animal qualquer.*

*Mas estarei sempre convosco,  
Porque vós me tomastes pela mão.  
Vossos desígnios me conduzirão,  
E, por fim, na glória me acolhereis.  
Afora vós, o que há para mim no céu?  
Se vos possuo, nada mais me atrai na terra.  
Meu coração e minha carne podem já desfalecer,  
A rocha de meu coração e minha herança eterna é Deus.  
Sim, perecem aqueles que de vós se apartam,  
Destruís os que procuram satisfação fora de vós.  
Mas, para mim, a felicidade é me aproximar de Deus,  
É pôr minha confiança no Senhor Deus,  
A fim de narrar as vossas maravilhas  
Diante das portas da filha de Sião.<sup>242</sup>*





Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula e Marisa saem do apartamento em São Bernardo do Campo e vão rumo ao Comitê Lula Presidente em São Paulo após o término do primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. Eles são assediados por simpatizantes, eleitores e ‘paparazzi’ durante todo o trajeto.



Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula e Marisa saem do apartamento em São Bernardo do Campo e vão rumo ao Comitê Lula Presidente em São Paulo após o término do primeiro turno das eleições presidenciais de 2002. Eles são assediados por simpatizantes, eleitores e ‘paparazzi’ durante todo o trajeto.

Nas seqüências acima, as imagens de *Entreatos* mostram o assédio popular sofrido por Lula e Marisa. Desde a saída do edifício até a chegada ao Comitê Lula Presidente a euforia das pessoas acompanha o casal. As imagens recordam os assédios sofridos por estrelas de cinema, artistas e celebridades midiáticas. Em um destes assédios, um motociclista pára próximo ao carro blindado, graças a um sinal vermelho, e diz: “Lula, vai lá, hein? A gente tá acreditando em você, hein? A última esperança, hein? Acabou você a gente não acredita mais em nada.”

*“Uma vez alcançada a fama – este momento é usualmente datado em 1417, coincidindo com uma missão bem sucedida na cidade de Milão – as cidades competiam umas contras as outras para se tornarem as anfitriãs de frade Bernardino e sua pequena comitiva de confrades que o ajudavam em várias práticas típicas das missões de Bernardino pelas cidades, especialmente na prática do recebimento das confissões. Por exemplo, em 2 de maio de 1425, a ‘Magnífica Signoria’ de Siena enviou uma correspondência urgente ao Cardeal Antonio Corraro (Correr) de Perugia, implorando a ele que temporariamente liberasse Bernardino de seu comprometimento prévio com Perugia para que o frade pudesse estender sua estada em Siena. A pregação de Bernardino em Siena havia despertado tamanho entusiasmo, dizia a correspondência, e desencadeado uma necessidade desesperada na cidade, que as pessoas estavam ameaçando sitiar o convento de São Francisco onde Bernardino residia, além de fechar os portões da cidade para prevenir que o frade partisse. Felizmente, O Cardeal atendeu o pedido deles. Considerando que os sermões populares são eventos cívicos públicos que contribuem diretamente para o bem-estar de toda a cidade, frequentemente, eram as autoridades locais civis, e não as eclesiásticas, que convidavam Bernardino como hóspede oficial, pagando por todas as despesas envolvidas. Mesmo quando Bernardino não era um hóspede oficial, as cidades ainda ofereciam ‘esmolas’ a Bernardino e seus companheiros, como podemos comprovar no decreto de 12 de janeiro de 1427, da cidade de Orvieto, na região Umbria. Algumas vezes, a cidade anfitriã, na verdade, lucrava com a visita do frade, como relatou o próprio Bernardino às pessoas de Assis (numa tentativa de convencê-los a gastar algum dinheiro público em sua missão de pregação naquela cidade), Siena obteve 30.000 Florins daqueles que viajaram até a cidade para ouvi-lo pregando. (Franco Mormando, *The Preacher’s Demons: Bernardino of Siena and the Social Underworld of Early Renaissance Italy*)”<sup>243</sup>*





Fotogramas do filme *Entreatos*: uma semana após a realização do primeiro turno, Lula se prepara no camarim para a gravação de programa televisivo. Com ele estão: maquiadora, figurinista, Duda Mendonça e Gilberto Carvalho.

*“Uma celebridade contemporânea, com raízes no Star System, seria aquela personagem social que faz de sua existência cotidiana uma narrativa amplamente exposta em todos os meios. Assim é que as pessoas tornadas celebridades, sejam elas oriundas do cinema e da televisão, ou personagens do show business, não aparecem apenas nas histórias ficcionais que realizam no cinema e na televisão. Elas são vistas e retratadas por diversos meios. Tudo o que realizam, por ínfimo que seja, passa a ser mostrado como notícia em meios eletrônicos e impressos. As ações que realizam esgotam-se na própria ação, não possuem o poder de transformar a realidade e nem a narrativa em que se inserem. Como em um jogo de espelhos, as celebridades, transformadas em ‘imagens inesquecíveis’, surgem e continuam reverberando ao infinito. Habitando sempre novos e dispersos espaços, não se fixam a um determinado meio de exposição; podem sobrevir a qualquer momento em outras narrativas, outros suportes, invadindo e configurando novos locais para onde as visões são deslocadas.”* (Laura Maria Coutinho, *O Estúdio de Televisão e a Educação da Memória*)<sup>244</sup>



Fotogramas do filme *Entreatos*: gravação de videoclipe do primeiro programa de TV, após o primeiro turno, com a presença maciça dos correligionários ilustres do PT e dos novos aliados: Miro Teixeira, Luiza Erundina e Ciro Gomes.

Estas cenas de *Entreatos*, mostram as gravações de um videoclip, parte do conteúdo do primeiro programa de TV que foi veiculado após o primeiro turno. As gravações foram realizadas a duas semanas do segundo turno. Num auditório, Duda Mendonça reuniu os mais ilustres correligionários petistas, junto com novos aliados, conseguidos através das alianças feitas pelo PT para o enfrentamento final das eleições. Entre eles as cenas destacam: Miro Teixeira (PDT-RJ), Luiza Erundina (PSB-SP) e Ciro Gomes (PPS-CE). Duda Mendonça confere textos, conversa com Zé Dirceu (este insatisfeito com a mensagem transmitida em algum deles), anima e dirige platéia e protagonistas. Num determinado momento, enquanto Duda passa instruções para a platéia sobre como devem fazer o sinal “L de Lula” com os dedos indicador e polegar, ele é interpelado<sup>245</sup> sobre qual das mãos deveria ser utilizada, a direita ou a esquerda, numa clara alusão às correntes ideológicas. Duda responde: “Como quiser. Quem for da direita [v]bota na direita, quem for da esquerda [v]bota na esquerda.”

*“As imagens que vemos nas telas das televisões advêm sempre de um estúdio. É desse espaço que, depois de um cuidadoso processo de coleta, catalogação e edição, as imagens serão lançadas no ar – ou nos cabos – de onde serão captadas e, imediatamente, projetadas nas telas dos receptores. Estes receptores não fixam nada, apenas permitem que as imagens transpareçam através de suas telas de vidro para logo a seguir desaparecerem, dando lugar a outras, num fluxo ininterrupto. Nesse processo revelam a fugacidade de um tempo invisível que não cessa de fazer passar imagens, num jogo de esconde-esconde que ora revela ora oculta o sentido mais profundo da presença das histórias que surgem nas telas. (...) As narrativas contemporâneas, sobretudo as tecnológicas que lidam com captação e registro de imagens e sons, como a televisão e o cinema, incorporam no seu processo de produção industrial – na sua linha de montagem –, os recursos elaborados para o treinamento da memória artificial. Como nos lembra Milton José de Almeida, a prática dos exercícios de memória artificial, que aparece em inúmeras traduções de uma sociedade para outra, desde os seus primeiros registros que remontam à antiguidade grega, pode ser encontrada, sob novas fórmulas, na construção da moderna arte narrativa do cinema e da televisão. E, como resultado de uma memória bem treinada, essas narrativas estão em quase todos os locais habitados pelas pessoas, ‘participando do processo de educação cultural da inteligência visual cuja a formação estética é, ao mesmo tempo, uma configuração política e cultural e uma forma complexa do viver social contemporâneo permeado de representações visuais.’” (Laura Maria Coutinho, *O Estúdio de Televisão e a Educação da Memória*)<sup>246</sup>*





Fotogramas do filme *Entreatos*: a cinco dias do segundo turno, dentro de um avião em Macapá, Lula, José Graziano da Silva (assessor de Lula), Silvio Pereira (coordenador do núcleo de apoio aos Estados), Wilson Thimóteo Jr. “Tom” (assessor de imprensa) e Fábio “Lula” da Silva (filho de Lula).

Nestas cenas de *Entreatos*, Lula fala a respeito do panorama das lideranças políticas no Brasil, sobre a sua base de sustentação, que se confunde com a história de fundação do Partido dos Trabalhadores, segundo ele, um partido político sem igual em todo o mundo. Fala também sobre seu convencimento da necessidade da “abertura” no PT nas eleições de 2002 e sobre a influência de Duda Mendonça: “No Brasil hoje – e esse é um dado triste pro Brasil, não é um dado bom –, no Brasil hoje, a única figura de dimensão nacional sou eu. Mas por que é que eu cheguei aonde cheguei? Porque eu tenho por detrás de mim um movimento. Eu tenho por detrás de mim uma grande parte da Igreja Católica, a base da Igreja Católica, eu tenho por detrás de mim uma grande parte dos estudantes, do PT, a CUT... sabe, é muita coisa. Aliás, nenhum político brasileiro nunca teve o alicerce que eu tenho. Eu vou contar uma coisa pra você. Sabe qual foi o mal, por exemplo? O Walesa. O

Walesa chegou ao poder ele era um pelegão. É, um pelegão. Meu caro, o Walesa chega ao poder... Eu vou contar uma coisa pra você. Eu encontrei com o Walesa em 1980, em Roma. Foi a primeira vez que eu tive contato com o Walesa. O Walesa saiu de lá com 60 milhões, não sei se de dólares, pra montar uma gráfica para o ‘Solidariedade’. Eu sai de lá sem o dinheiro da passagem. Por que? Porque era todo o movimento da democracia cristã, e de todo o Ocidente pra derrubar o regime lá. Então, a minha categoria era muito maior do que a do Walesa, tinha muito mais operário do que a do Walesa, mas ele era bajulado no mundo inteiro, porque ele era... Estava lutando contra o comunismo. E ele chegou ao poder, não pela organização. Ele chegou ao poder, porque a Igreja, muito conservadora, o colocou lá. E deu no que deu, porque não fez porra nenhuma. Ele não tinha partido, não tinha nada. Só que o Walesa era o fruto de uma Igreja Católica conservadora. E eu era fruto da teologia da libertação, dos sindicalistas. É uma história totalmente diferente. Então, se você imaginar a quantidade de matéria que saía do Walesa, sabe, no New York Times e em tudo quanto é revista dessas famosas... *O Estado de São Paulo* dava Walesa todo dia. [Tom – Ele era moda na época.] Enquanto eles não cobriam a nossa greve, ele dava Walesa todo dia. (...) Ô, Tom, há uma coisa que é o seguinte, olha: quando eu digo que não tem nenhum partido no mundo com as características do PT, é porque não tem. Não tem similar. (...)

cronometria: 1:20:00 > 1:21:20



Fotogramas do filme *Entreatos*: a cinco dias do segundo turno, dentro de um avião em Macapá, Lula, José Graziano da Silva (assessor de Lula), Sílvio Pereira (coordenador do núcleo de apoio aos Estados), Wilson Thimóteo Jr. “Tom” (assessor de imprensa) e Fábio “Lula” da Silva (filho de Lula).



E continua Lula: “Eu, por exemplo, me convenci de que o PT tinha que se abrir nessa eleição. Eu me convenci, Zé Dirceu se convenceu, o núcleo do PT se convenceu. Olha, a grande frase do Duda, numa reunião do PT: ‘se vocês estão tão certos, por que que vocês não ganharam ainda? Se vocês acham que esse discurso de vocês é o perfeito, por que vocês não ganharam ainda?’ Aí o Duda pegou uma pesquisa que mostrava o seguinte: 67% do povo, tinha medo da minha imagem de grevista, 70% do povo era contra a reforma agrária violenta, apesar de ser favorável a reforma agrária. Então o que aconteceu? O Duda falava: ‘Em comunicação, gente, o importante não é o que a gente diz, é como as pessoas compreendem o que a gente diz.’ Então as vezes você tá falando uma puta duma coisa bonita, mas só você tá gostando... Ninguém tá gostando.”<sup>247</sup>

*“O Lula é uma figura emocional. É isso o que eu quero resgatar. Nas outras campanhas vi o Lula muito duro, aprisionado. Não falava com emoção. Lula falando, comove. Sem apoio do marketing, da TV, ele fazia o ABC se arrepiar. Como? Sem nenhuma orientação. Todos os outros são, de alguma maneira fabricados. O que não vi em outras campanhas é isso: Lula. É o que eu mais quero e o que ele quer também. O que vai mudar é a forma. Câmera no olho dele. Quando eu digo que a forma é mais importante do que o conteúdo, refiro-me ao jeito de falar, ao clima, à cara dele no momento, no corte da imagem. Tudo isso dá uma dramaticidade. (...) Não tem um novo PT. É o mesmo PT mostrado de maneira diferente com mais impacto. (...) A campanha está muito confortável para o Lula. A música é a que ele gosta, o jeito de falar é o dele. (...) A linguagem é essa, não é de comícios. TV é cochicho. Você fala com um por um. (...) Lula está muito animado de ser cada vez mais Lula e eu estou muito animado de botar o Lula cada vez mais Lula.”*  
(Duda Mendonça, *Lula Comunicação Dendê*)<sup>248</sup>



Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula está em Belém do Pará e aguarda para a gravação de uma mensagem de apoio no segundo turno à Maria do Carmo candidata do PT ao Governo do Estado, em 2002.

Nesta seqüência de *Entreatos*, Lula, atento à ‘forma’ e ao padrão de sua programação visual, pede uma gravata emprestada, antes de começar a gravação de uma mensagem em vídeo de apoio, no segundo turno das eleições de 2002, à Maria do Carmo, candidata do PT ao governo do Estado do Pará. Diz Lula: “Agora vamos fazer silêncio aí. Se eu soubesse eu tinha colocado gravata, pô! Não posso ter dois *padrão* de comportamento um nacional e o outro estadual. Vê se o Aurélio pega uma gravata pra mim lá que eu... Aurélio, vê a cor da minha camisa. (...) [Aurélio – só tem essas duas aqui ó.] Então não dá Aurélio. Não dá, não combina.”

*“Você quer ficar conhecido, quer conquistar a simpatia das pessoas, quer que gostem do seu discurso e, ainda por cima, quer ser admirado, no final. Tecnicamente, para alcançar essa meta, você tem que conseguir uma perfeita integração entre forma e conteúdo. Quem está fazendo uma campanha não pode se descuidar, em momento algum, do delicado jogo que se estabelece, na produção de suas mensagens, entre a forma e o conteúdo. O que quero dizer é o seguinte: o marketing é o conteúdo – é o que, a partir das idéias e dos projetos do candidato, define o quê é preciso dizer. E a propaganda é a forma*

– define o como dizer. O marketing determina, por exemplo, o caráter da mensagem que a propaganda vai ter e o público a ser atingido. Mas cabe à propaganda dar forma à mensagem, com habilidade e talento, para que seja capaz de chamar a atenção do eleitor de maneira clara e objetiva. Se isso não acontecer, você perdeu tempo e dinheiro. Nunca é demais repetir que comunicação não é o que você diz – mas, sim, o que os outros entendem.” (Duda Mendonça, *Casos e Coisas*)<sup>249</sup>

cronometria: 1:40:40 > 1:41:05

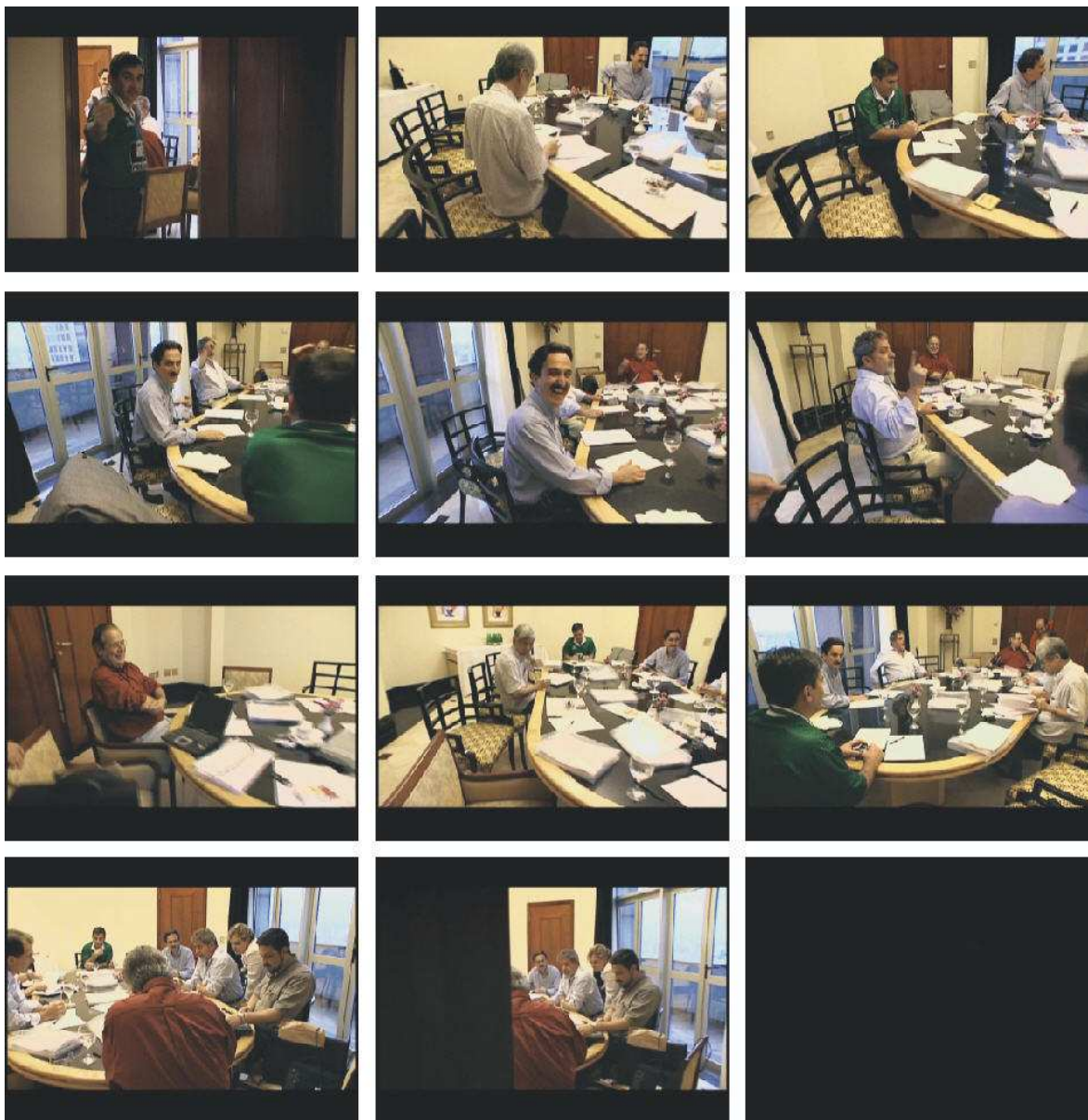


Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula e família, Zé Dirceu, Antonio Palocci, Luiz Gushiken, Aloísio Mercadante, Gilberto Carvalho, Ricardo Kotscho, entre outros do “núcleo do PT”, almoçam em suíte do hotel Meliá, em São Paulo, no dia 27 de outubro de 2002, dia da realização do segundo turno das eleições presidenciais.

Acima, as cenas de *Entreatos* em que Zé Dirceu comenta com Lula e os demais presentes que a marca registrada do PT, a estrela vermelha, está “na moda”, fazendo parte do *design* de roupas ousadas que são vendidas em butiques. Diz Zé Dirceu: “Viu Lula, a Joana minha filha tá com uma camisa do PT que estão vendendo nas butiques, estilizada, cortada, sabe? E tão vendendo. Fizeram e tão vendendo. Mas não parece PT, é só a estrela vermelha assim de lado, ela é toda... umas roupas tudo rasgada, tudo torta. Eu fico impressionado. Só quero ver a conta depois. [mulher sentada ao lado de Zé Dirceu – deve ser uma fortuna] [Risos].”

*“Usar botões de lapela, bonés, símbolos etc. tem a função de materializar a ideologia. Ostentando um desses dísticos eu torno pública a minha opção, abro, externalizo meu voto: sou contra, sou a favor, sou por isso, sou por aquilo. O objeto fala por mim. É minha linguagem ostensiva. Aqui reside a contradição básica da coisa: no uso do símbolo eu estou dentro do código imposto, submeto-me às suas regras, automatizo-me, uniformizo-me. O signo fala por mim. Milhões de estrelas, bandeiras, faixas, então, nada mais são do que uniformizações coletivas e a total supressão da individualidade (não do individualismo, evidentemente). O problema, entretanto, não se reduz a ‘perdas de individualidade’. Fazer política e agir politicamente é outra coisa. Política em sentido mais amplo supõe uma consciência politicamente atuante, consciência essa que não somente dispensa a ostentação formal como a rejeita expressamente. O formalismo dos dísticos exatamente substitui o discurso espontâneo, natural, crítico, autoconsciente: ele unifica e fecha no seu código restrito. O agir político, ao contrário, exige, antes de mais nada, autodeterminação: o poder e a capacidade de questionar, de criticar, de negar. A massificação da política por meio dos símbolos torna-a fetiche. O partido é o fetiche, seu líder, seus quadros, suas instituições. O homem comum continua a ser um João-ninguém, sem vez, sem importância, com o distintivo pendurado na lapela. A ação verdadeiramente política em qualquer âmbito, não pode abrir mão dessa ‘autodeterminação’: atuar politicamente é não delegar poderes, resolução de interesses, ação a ninguém, mas exigir que na representação política elas sejam efetivadas. É nas ações reais dos eleitores e dos cidadãos que se mede e se comprova a sua posição e ideologia e não no discurso aparente do símbolo, como texto ou como fala.” (Ciro Marcondes Filho, *Quem Manipula Quem?*)<sup>250</sup>*





Fotogramas do filme *Entreatos*: em 27 de outubro de 2002, logo após o anúncio da vitória de Lula pela televisão, o “núcleo do PT” se reúne para as primeiras deliberações.

Nestas cenas de *Entreatos*: às seis horas da tarde do dia 27 de outubro de 2002,<sup>251</sup> Gilberto Carvalho, chama a equipe de filmagem para entrar na sala em que ele, Lula, Aloísio Mercadante, Luiz Gushiken, Luiz Dulci, Zé Dirceu, Antonio Palocci e Marisa Leticia se reuniram, logo após o anúncio da vitória de Lula, feito pela televisão. Depois de fazer um giro ao redor da mesa de reunião, antes mesmo que Lula começasse a falar seriamente sobre suas intenções imediatas, a equipe de filmagem se movimenta em direção a porta que se fecha interrompendo o plano-sequência.

*“Quem são os homens que, sem percebermos, nos dão nossas idéias, dizem-nos a quem admirar e a quem desprezar, em que acreditar com relação ao patrimônio público, sobre tarifas e impostos, sobre planos econômicos de recuperação, sobre o preço da borracha [pneus], sobre imigração; quem nos diz sobre como nossas casas devem ser projetadas, quais móveis deveríamos colocar dentro delas, quais alimentos deveríamos servir em nossas mesas, que tipo de camisetas deveríamos vestir, em que esporte nós deveríamos nos indulgenciar, a que peças de teatro deveríamos assistir, a que instituições de caridade deveríamos apoiar, que imagens nós deveríamos admirar, que gíria deveríamos adotar, de quais piadas deveríamos rir? Se fizéssemos uma lista dos homens e mulheres que, por causa de suas posições na vida pública, pudessem ser chamados sinceramente de modeladores da opinião pública, nós rapidamente iríamos chegar a uma longa lista de pessoas mencionadas no almanaque “Quem é Quem”. Nessa lista estariam, obviamente, o presidente dos Estados Unidos e os membros do seu gabinete; senadores e deputados do Congresso Nacional; governadores dos nossos quarenta e oito Estados; presidentes das câmaras de comércio em nossas cem maiores cidades, presidentes dos conselhos administrativos de uma centena de nossas maiores corporações industriais, os presidentes dos maiores sindicatos, das associações profissionais, os presidentes de cada sociedade racial e de línguas do país, centenas de editores de jornais e revistas, os cinqüenta escritores mais importantes, os presidentes de cinqüenta instituições de caridade relevantes, os vinte mais importantes produtores de cinema e teatro, as cem lideranças reconhecidas no mundo da moda, os cem clérigos de nossas maiores cidades, os presidentes e reitores de nossas faculdades e universidades, e seus mais proeminentes docentes, os mais poderosos operadores de Wall Street, os esportistas mais notáveis, e assim por diante. Uma lista desse gênero poderia incluir milhares de pessoas. Mas, é bem sabido, que muitas dessas lideranças são elas próprias lideradas, algumas vezes, por pessoas que os nomes são conhecidos por poucos. (...) Um candidato à presidência pode ser ‘indicado’ em resposta a uma ‘esmagadora demanda popular’, mas é bem sabido que o nome dessa candidatura pode ser decidido por meia dúzia de homens sentados entorno de uma mesa no quarto de um hotel.” (Edward Bernays, Propaganda)<sup>252</sup>*



Fotogramas do filme *Entreatos*: Lula recebe telefonema de José Serra em reconhecimento à sua vitória. Depois se dirige com Marisa Letícia, Eduardo Suplicy, José Alencar e esposa, Benedita da Silva, entre outros, ao saguão do hotel Melià, em São Paulo, onde está, a sua espera, uma massa de repórteres, fotógrafos e cinegrafistas.



Nas últimas cenas de *Entreatos*, Lula recém-eleito, recebe das mãos de André Singer<sup>253</sup>, porta-voz da campanha Lula Presidente, o telefonema do candidato adversário José Serra (PSDB), em reconhecimento à sua vitória. Logo após, como diz André Singer, “agora, correr pro abraço”, Lula se dirige ao saguão do hotel, acompanhado de sua esposa Marisa, Eduardo Suplicy, José Alencar e esposa, Benedita da Silva, entre outros. Lá, está a sua espera, uma massa de repórteres, fotógrafos e cinegrafistas. Lula, democraticamente coroado com os louros da vitória, vai em direção à luz. Desse encontro nascerá um evento, uma história, notícias... Eis a potência da gênese da realidade...

*“Os atributos divinos da luz em nossa cultura de formação hebraica, grega, árabe e cristã de há muito fazem parte de nossa memória e são plenos de significação espiritual. Deuses únicos e deuses polimorfos fazem suas aparições entre luzes e sombras, claros e escuros. Esperamos sempre algo a ser desvelado quando escuros ou nuvens toldam nossa visão. (...) A luz e sua potencialidade artística, sua virtude de conduzir sentimento e intelecto por trilhas conscientes e inconscientes foram sempre utilizadas para envolver as pessoas e levá-las a experimentar momentos de transcendência, de destaque e esquecimento de seus corpos físicos e mergulhá-las em espaços interiores. A partir das luzes, naturais ou artificiais, os objetos e locais iluminados são transformados de locais materiais em espaços morais conduzidos pela luz física que se transfigura em luz espiritual. Neste deslocamento rumo à luz interior, as imagens vistas revestem-se, instalam-se, substituem as que habitam o interior de cada um e criam e recriam significados, formam e reformam a memória.”* (Milton José de Almeida, *Cerimônia do Corpo e da Luz nas Olimpíadas de 1936*)<sup>254</sup>

*“Os pintores, durante muito tempo tiveram como temas as ‘cenas de poder’, introduzindo grotescos, doidos, bufões ou mascarados. Isto é, o reverso do aparato, do poder seguro de si mesmo e de sua grandeza. Entretanto, essas figuras não permanecem somente como nascidas do artifício e da arte, elas restituem uma realidade que não é própria nem de uma época nem de uma civilização.”* (Georges Balandier. *O Poder em Cena*)<sup>255</sup>

**[*Depois dos Atos*]**



Fotogramas do filme *O Pianista* de Roman Polanski: cenas mostram estátua de Jesus Cristo carregando a cruz, tendo ao fundo três tempos: Varsóvia livre, ocupação nazista e destruição – Igreja da Sagrada Cruz, Varsóvia, Polônia.

*“Tudo isso não é tão surpreendente, já que todos os trunfos estão nas mãos do inimigo. Esse último pode fazer apelo ao grande número e ao seu poder esmagador. A política, a ciência e a técnica com suas conseqüências decisivas são seus cúmplices. Os imponentes argumentos da ciência se apresentam como o grau máximo da certeza intelectual até aqui alcançado pelo esforço humano. Ao menos é o que parece ao homem moderno, tão instruído a cerca do atraso, obscuridade e superstições dos tempo antigos. Mas ele não consegue perceber que seus mestres incorreram por sua vez num grave erro, pois compararam equivocadamente dois fatores incomensuráveis. Sua ilusão é encorajada pelo fato de que os espíritos que são autoridade e a quem ele dirige seus questionamentos parece lhe provar que o que a ciência considera impossível hoje foi impossível em todos os tempos, principalmente os fatos da fé, que poderiam lhe oferecer uma perspectiva extraterrena. Quando o indivíduo questiona a Igreja e seus representantes, a quem está confiado o cuidado pastoral, ele recebe como resposta que pertencer a uma Igreja, ou seja, a uma instituição terrena é, por assim dizer, uma condição incontornável. Escuta também que os fatos da fé agora questionados são acontecimentos históricos concretos e que certos atos rituais têm efeitos miraculosos como, por exemplo, a paixão de Cristo que o redimiu dos pecados e de suas conseqüências (a condenação eterna). Se o indivíduo tiver que meditar sobre essas coisas com os poucos meios que lhe são oferecidos, ele certamente haverá de admitir que não é capaz de compreendê-las, restando-lhe apenas duas possibilidades: ou acreditar sem pensar nessas afirmações ou então rejeitá-las por completo.” (Carl Gustav Jung, *Presente e Futuro*)<sup>256</sup>*

*As religiões monoteístas foram um compromisso entre o mito e a história, entre o tempo cíclico que ainda dominava a produção e o tempo irreversível em que se enfrentam e se recompõem os povos. As religiões procedentes do judaísmo são o reconhecimento universal abstrato de um tempo irreversível democratizado, aberto a todos, mas no ilusório. O tempo é todo orientado para um único acontecimento final: “O reino de Deus está próximo.” Essas religiões nasceram no solo da história e nele se estabeleceram. Mesmo assim, elas se mantêm em oposição radical à história. A religião semi-histórica estabelece um ponto de partida qualitativo no tempo, o nascimento de Cristo, a fuga de Maomé, mas seu tempo irreversível – que introduz uma acumulação efetiva, a qual no Islã pode assumir a feição de uma conquista, ou no cristianismo da Reforma a feição de um aumento de capital – é de fato invertido no pensamento religioso como uma contagem regressiva: a espera, no tempo que encurta, do acesso ao outro mundo de verdade, a espera do Juízo final. A eternidade saiu do tempo cíclico. É seu além. É o elemento que rebaixa a irreversibilidade do tempo, que suprime a história na própria história, ao se colocar do outro lado do tempo irreversível, como puro elemento pontual em que o tempo cíclico entrou e se aboliu. Bossuet dirá: “E, por meio do tempo que passa, entramos na eternidade que não passa.” (Debord, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, pp.93-4)*

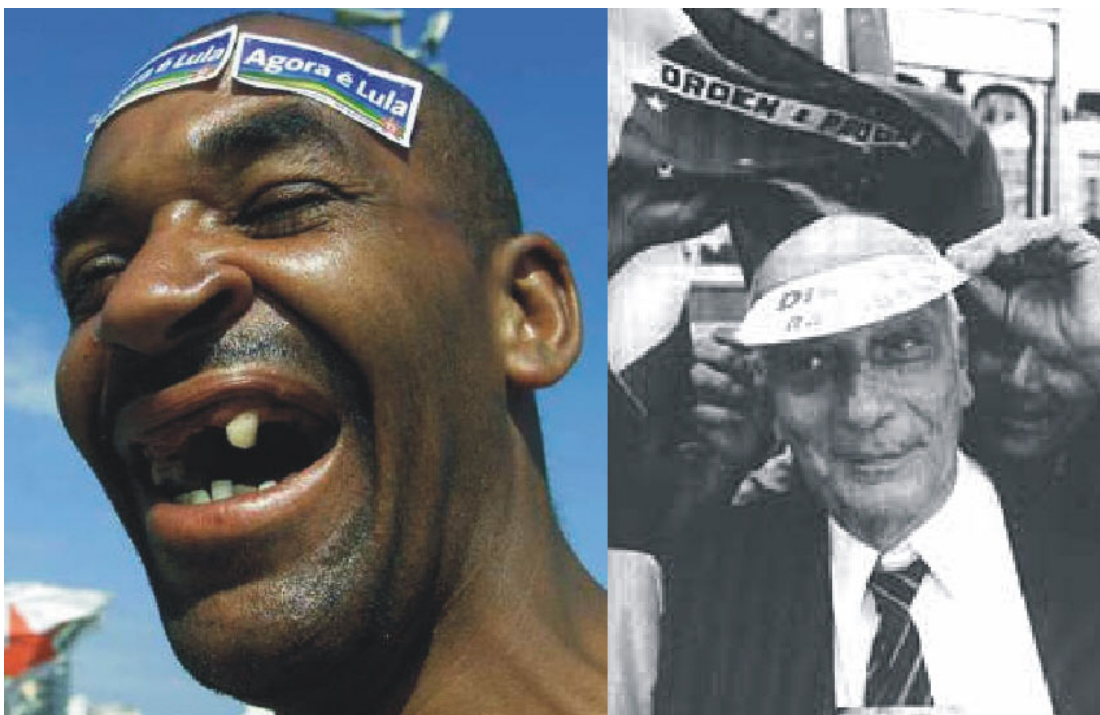


Foto: eleitores em manifestações populares – esquerda: 2002, direita: 1984.

*Observe cuidadosamente as causas da ignorância das massas, e você poderá ver que a causa principal não reside de nenhum modo na falta de escolas e bibliotecas, como estamos acostumados a supor, mas naquelas superstições, tanto as eclesiásticas quanto as patrióticas, das quais as pessoas estão saturadas e que são incessantemente geradas por todos os métodos da arte. As superstições da Igreja são sustentadas e produzidas pela poesia dos oradores, hinos, quadros, pela escultura de imagens e estátuas, pelo canto, pelos órgãos, pela música, pela arquitetura, e mesmo pela arte dramática nas cerimônias religiosas. Superstições patrióticas são sustentadas e produzidas por versos e histórias (que são oferecidos até mesmo nas escolas), pela música, pelas canções, pelas procissões triunfais, pelas conferências reais, pelos quadros marciais e pelos monumentos. Não fosse por essa atividade contínua em todos os departamentos de arte, perpetuando a intoxicação eclesiástica e patriótica e o amargamento do povo, as massas teriam, muito antes disso, alcançado a verdadeira iluminação. (Tolstoi, Leon. *O que é arte?* São Paulo: Experimento, 1994, pp. 139-140)*

*Os filmes, imagens e sons da língua escrita da realidade, artefatos de Memória Artificial, Locais Fantásticos habitados por imagens inesquecíveis em movimento, por serem discursos em língua da realidade trazem dela o inconcluso, a ambigüidade, a mistura, o conflito, a história. Participam da mitologia do poder político e econômico, em suas versões massificadas, populares. Também, não tão populares, participam em diferentes graus, da mitologia futura em estética crítica quando trazem em seu discurso o inconcluso, a ambigüidade, a mistura, o conflito, não só da história e do real, como também o conflito ideológico-estético do aparato técnico de sua linguagem: câmeras, lentes, roteiros, cenografia, planos, seqüências, edição, etc. Assim suas imagens e sons em movimento, mesmo captadas pelo olho unívoco e objetivo da perspectiva, escapam, em parte, pelo olhar humano do espectador, que as vê em tensão e não somente em afirmação. (...) Hoje, a maior parte das populações vê o real naturalizado, reproduzido pela fotografia pela cinematografia, pela videografia, como a verdadeira representação visual do real. Como uma Virtude artística e científica, a Perspectiva, governa a educação visual contemporânea e, em estética e política, reconstrói, à sua maneira, a história de homens e sociedades. (Almeida, Milton José de. Cinema - Arte da Memória. Campinas: Autores Associados, 1999, pp.140-141)*

*O homem deste fim de século está preso no casulo invisível formado por todas as redes que lhe transmitem, à distância, imagens e ruídos do mundo. Embora as aparências sejam contrárias, ele está encerrado; ele acredita ver muito e cada vez mais. Ele apreende, sobretudo os seres, as coisas e acontecimentos por um conjunto complexo de mediações; ele tem menos acesso à realidade do que a uma telerrealidade, a um universo construído pelas mídias, onde se chocam e se embaraçam as imagens concorrentes. Entretanto, este encerramento sofre arranhões. A passividade deslumbrada não exclui momentos de desenganos e de dúvida. A vida cotidiana concreta, direta rude, pesa sobre a tela das aparências e de vez em quando a rompe. A separação pelo retraimento – a dos dissidentes da modernidade atual – corta o contado; ela tenta uma volta ao mundo estreito das relações imediatas e ao das coisas materiais e primitivas. A contestação aceita ou tolerada produz fora, nas ruas e nos espaços simbolicamente marcados, suas contradramatizações; ela manifesta sua realidade e a opõe assim às imagens que as mascaram. A subversão radical, não podendo implodir as máquinas e os sistemas que modelam e difundem as ‘falsas’ representações do mundo e da sociedade, provoca explosões de violência e impõe sua verdade por tragédias repetidas. Prossegue a luta da ordem e da desordem de que falavam as mitologias e os ritos do passado; elas mudam de natureza universalizando-se e dispondo de tecnologias modernas de dramatização; ela comporta ‘prêmios’ cujo valor não cessa de crescer. É preciso encontrar novas terapias capazes de tirar os homens do efeito das fascinações e reensinar a eles a governar as imagens e a não suportar que elas sirvam à captura de sua liberdade. (Balandier, Georges. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982, p.78)*



*Toda ação política é intrinsecamente criminosa. Sua benevolência ocasional é contingente ao crime essencial de sua existência, cuja razão de ser é o poder, que, pela própria natureza, coage e elimina o ser humano que não se submeta. O único sistema político moral é o anarquismo, que não é factível, porque teria também de ser imposto, e recorrer à força, deixando de ser o que pretende. Mas no Estado de liberdades públicas pelo menos se pode impedir, evitar e 'a posteriori' denunciar violências, criando uma consciência do que é civilizado e do que não é permissível moralmente. Em última análise, toda a sociedade se faz de um conceito de honra pessoal, que, perdida, nada mais há, porque vale tudo. Ou, na linguagem apocalíptica de Dostoievski, se Deus não existe, tudo é permitido. (Francis, Paulo. *Trinta Anos Esta Noite - 1964 - O Que Vi E Vivi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p.173)*

*O meu desejo é fugir. Fugir ao que conheço, fugir ao que é meu, fugir ao que amo. Desejo partir – não para as Índias impossíveis, ou para as grandes ilhas do Sul de tudo, mas para o lugar qualquer – aldeia ou ermo – que tenha em si o não ser este lugar. Quero não ver mais estes rostos, estes hábitos e estes dias.. Quero repousar, alheio, do meu fingimento orgânico. Quero sentir o sono chegar como vida, e não como repouso. Uma cabana à beira-mar, uma caverna, até, no socalco rugoso de uma serra, me pode dar isto. Infelizmente, só a minha vontade mo não pode dar.*

*A escravatura é a lei da vida, e não há outra lei, porque esta tem de cumprir-se, sem revolta possível nem refúgio que achar. Uns nascem escravos, outros tornam-se escravos, e a outros a escravidão é dada. O amor cobarde que todos temos à liberdade – é o verdadeiro sinal do peso da nossa escravidão. Eu mesmo, que acabo de dizer que desejaria a cabana ou caverna onde tivesse livre da monotonia de tudo, que é a de mim, ousaria eu partir para essa cabana ou caverna, sabendo, por conhecimento, que, pois que a monotonia que é de mim, a haveria sempre de ter comigo? Eu mesmo, que sufoco onde estou e porque estou, onde respiraria melhor, se a doença é dos meus pulmões e não das coisas que me cercam? Eu mesmo, que anseio alto pelo sol puro e os campos livres, pelo mar visível e o horizonte inteiro, quem me diz que não estranharia a cama, ou a comida, ou não ter que descer os oito lanços de escada até à rua, ou não entrar na tabacaria da esquina, ou não trocar os bons-dias com o barbeiro ocioso?*

*Tudo que nos cerca se torna parte de nós, se nos infiltra na sensação da carne e da vida, e, baba da grande Aranha, nos liga subtilmente ao que está perto, enleando-nos num leito leve de morte lenta, onde baloiçamos ao vento. Tudo é nós, e nós somos tudo; mas de que serve isto, se tudo é nada? Um raio de sol, uma nuvem que a sombra súbita diz que passa, uma brisa que se ergue, o silêncio que se segue quando ela cessa, um rosto ou outro, algumas vozes, o riso casual entre elas que falam, e depois a noite onde emergem sem sentido os hieróglifos quebrados das estrelas. (Pessoa, Fernando. Livro do Desassossego. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, pp.180-181)*

*...Louvação da Desmemória*

*Boa é a desmemória!  
Sem ela, como iria  
deixar o filho a mãe que lhe deu de mamar,  
que lhe emprestou força aos membros  
e que o retinha para o experimentar.*

*Ou como iria o aluno deixar o mestre  
que lhe emprestou o saber?  
Com o saber emprestado,  
cumpre ao discípulo pôr-se a caminho.*

*Na casa velha  
os novos moradores entram;  
se lá estivessem ainda os que a construíram,  
seria a casa pequena demais.*

*O forno esquentava, e do oleiro  
ninguém se lembra mais. O lavrador  
não reconhece o pão depois de pronto.*

*Como levantar-se de novo o homem de manhã, sem  
o esquecimento que apaga os rastros da noite?  
Como iria, quem foi ao chão seis vezes,  
levantar-se pela sétima vez  
para amanhar o pedregoso chão,  
para subir ao perigoso céu?*

*É a fraqueza da memória que dá  
força à criatura humana.*

(Brecht, Bertolt. *Poemas e Canções*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966, p.120)

**[Entrescripts]**

*Anexos I*

## [Ecos]

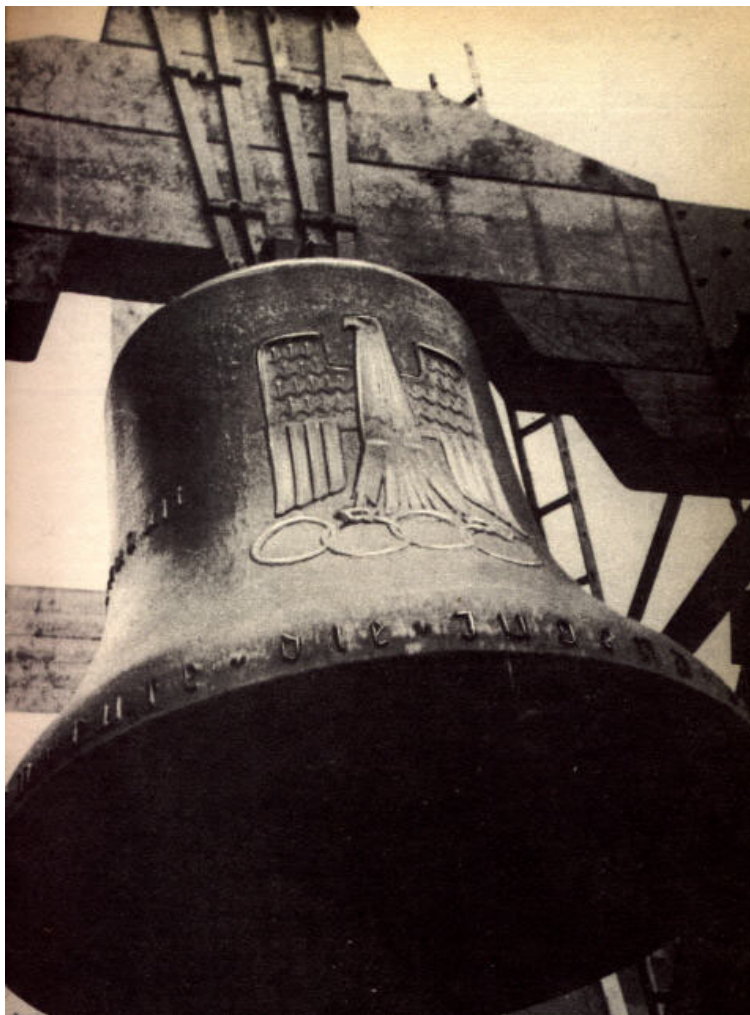


Foto: sino olímpico, Berlin, Alemanha (1936) – pesando mais de 3 toneladas e com quase 3 metros de altura, possuía a seguinte inscrição: “Ich rufe die Jugend der Welt” (Eu convoco a juventude do mundo). (Holmes, Judith. *Olimpíada - 1936: glória do Reich de Hitler*, Rio de Janeiro: Editora Renes, 1974, pp. 20-21)

## [Ecos]



Foto: Florida Center for Instructional Technology – o mesmo sino, desenhado por Walter E. Lemcke (1881-1955), agora faz parte de um monumento em homenagem aos atletas que perderam a vida durante a II Guerra Mundial.

## [Ato Institucional]



Foto: Luiz Pinto – “Costa e Silva e Castelo Branco em solenidade na Vila Militar; primeira página da Tribuna da Imprensa (RJ), em 1966”.<sup>257</sup>

### **ATO INSTITUCIONAL Nº 5, DE 13 DE DEZEMBRO DE 1968**

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL , ouvido o Conselho de Segurança Nacional, e CONSIDERANDO que a Revolução brasileira de 31 de março de 1964 teve, conforme decorre dos Atos com os quais se institucionalizou, fundamentos e propósitos que visavam a dar ao País um regime que, atendendo às exigências de um sistema jurídico e político, assegurasse autêntica ordem democrática, baseada na liberdade, no respeito à dignidade da pessoa humana, no combate à subversão e às ideologias contrárias às tradições de nosso povo, na luta contra a corrupção, buscando, deste modo, "os meios indispensáveis à obra de reconstrução econômica, financeira, política e moral do Brasil, de maneira a poder enfrentar, de modo direito e



imediatos, os graves e urgentes problemas de que depende a restauração da ordem interna e do prestígio internacional da nossa pátria" (Preâmbulo do Ato Institucional nº 1, de 9 de abril de 1964);

CONSIDERANDO que o Governo da República, responsável pela execução daqueles objetivos e pela ordem e segurança internas, não só não pode permitir que pessoas ou grupos anti-revolucionários contra ela trabalhem, tramem ou ajam, sob pena de estar faltando a compromissos que assumiu com o povo brasileiro, bem como porque o Poder Revolucionário, ao editar o Ato Institucional nº 2, afirmou, categoricamente, que "não se disse que a Resolução foi, mas que é e continuará" e, portanto, o processo revolucionário em desenvolvimento não pode ser detido;

CONSIDERANDO que esse mesmo Poder Revolucionário, exercido pelo Presidente da República, ao convocar o Congresso Nacional para discutir, votar e promulgar a nova Constituição, estabeleceu que esta, além de representar "a institucionalização dos ideais e princípios da Revolução", deveria "assegurar a continuidade da obra revolucionária" (Ato Institucional nº 4, de 7 de dezembro de 1966);

CONSIDERANDO, no entanto, que atos nitidamente subversivos, oriundos dos mais distintos setores políticos e culturais, comprovam que os instrumentos jurídicos, que a Revolução vitoriosa outorgou à Nação para sua defesa, desenvolvimento e bem-estar de seu povo, estão servindo de meios para combatê-la e destruí-la;

CONSIDERANDO que, assim, se torna imperiosa a adoção de medidas que impeçam sejam frustrados os ideais superiores da Revolução, preservando a ordem, a segurança, a tranquilidade, o desenvolvimento econômico e cultural e a harmonia política e social do País comprometidos por processos subversivos e de guerra revolucionária;

CONSIDERANDO que todos esses fatos perturbadores, da ordem são contrários aos ideais e à consolidação do Movimento de março de 1964, obrigando os que por ele se responsabilizaram e juraram defendê-lo, a adotarem as providências necessárias, que evitem sua destruição, Resolve editar o seguinte:

#### ATO INSTITUCIONAL

Art 1º - São mantidas a Constituição de 24 de janeiro de 1967 e as Constituições estaduais, com as modificações constantes deste Ato Institucional.

Art 2º - O Presidente da República poderá decretar o recesso do Congresso Nacional, das Assembleias Legislativas e das Câmaras de Vereadores, por Ato Complementar, em estado de sítio ou fora dele, só voltando os mesmos a funcionar quando convocados pelo Presidente da República.

§ 1º - Decretado o recesso parlamentar, o Poder Executivo correspondente fica autorizado a legislar em todas as matérias e exercer as atribuições previstas nas Constituições ou na Lei Orgânica dos Municípios.

§ 2º - Durante o período de recesso, os Senadores, os Deputados federais, estaduais e os Vereadores só perceberão a parte fixa de seus subsídios.

§ 3º - Em caso de recesso da Câmara Municipal, a fiscalização financeira e orçamentária dos Municípios que não possuam Tribunal de Contas, será exercida pelo do respectivo Estado, estendendo sua ação às funções de auditoria, julgamento das contas dos administradores e demais responsáveis por bens e valores públicos.

Art 3º - O Presidente da República, no interesse nacional, poderá decretar a intervenção nos Estados e Municípios, sem as limitações previstas na Constituição.

Parágrafo único - Os interventores nos Estados e Municípios serão nomeados pelo Presidente da República e exercerão todas as funções e atribuições que caibam, respectivamente, aos Governadores ou Prefeitos, e gozarão das prerrogativas, vencimentos e vantagens fixados em lei.

Art 4º - No interesse de preservar a Revolução, o Presidente da República, ouvido o Conselho de Segurança Nacional, e sem as limitações previstas na Constituição, poderá suspender os direitos políticos de quaisquer cidadãos pelo prazo de 10 anos e cassar mandatos eletivos federais, estaduais e municipais.

Parágrafo único - Aos membros dos Legislativos federal, estaduais e municipais, que tiverem seus mandatos cassados, não serão dados substitutos, determinando-se o quorum parlamentar em função dos lugares efetivamente preenchidos.

Art 5º - A suspensão dos direitos políticos, com base neste Ato, importa, simultaneamente, em:

- I - cessação de privilégio de foro por prerrogativa de função;
- II - suspensão do direito de votar e de ser votado nas eleições sindicais;
- III - proibição de atividades ou manifestação sobre assunto de natureza política;
- IV - aplicação, quando necessária, das seguintes medidas de segurança:

- a) liberdade vigiada;
- b) proibição de freqüentar determinados lugares;
- c) domicílio determinado,

§ 1º - o ato que decretar a suspensão dos direitos políticos poderá fixar restrições ou proibições relativamente ao exercício de quaisquer outros direitos públicos ou privados.

§ 2º - As medidas de segurança de que trata o item IV deste artigo serão aplicadas pelo Ministro de Estado da Justiça, defesa a apreciação de seu ato pelo Poder Judiciário.

Art 6º - Ficam suspensas as garantias constitucionais ou legais de: vitaliciedade, inamovibilidade e estabilidade, bem como a de exercício em funções por prazo certo.

§ 1º - O Presidente da República poderá mediante decreto, demitir, remover, aposentar ou pôr em disponibilidade quaisquer titulares das garantias referidas neste artigo, assim como empregado de autarquias, empresas públicas ou sociedades de economia mista, e demitir, transferir para a reserva ou reformar militares ou membros das polícias militares, assegurados, quando for o caso, os vencimentos e vantagens proporcionais ao tempo de serviço.

§ 2º - O disposto neste artigo e seu § 1º aplica-se, também, nos Estados, Municípios, Distrito Federal e Territórios.

Art 7º - O Presidente da República, em qualquer dos casos previstos na Constituição, poderá decretar o estado de sítio e prorrogá-lo, fixando o respectivo prazo.

Art 8º - O Presidente da República poderá, após investigação, decretar o confisco de bens de todos quantos tenham enriquecido, ilicitamente, no exercício de cargo ou função pública, inclusive de

autarquias, empresas públicas e sociedades de economia mista, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Parágrafo único - Provada a legitimidade da aquisição dos bens, far-se-á sua restituição.

Art 9º - O Presidente da República poderá baixar Atos Complementares para a execução deste Ato Institucional, bem como adotar, se necessário à defesa da Revolução, as medidas previstas nas alíneas d e e do § 2º do art. 152 da Constituição.

Art 10 - Fica suspensa a garantia de habeas corpus , nos casos de crimes políticos, contra a segurança nacional, a ordem econômica e social e a economia popular.

Art 11 - Excluem-se de qualquer apreciação judicial todos os atos praticados de acordo com este Ato institucional e seus Atos Complementares, bem como os respectivos efeitos.

Art 12 - O presente Ato Institucional entra em vigor nesta data, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 13 de dezembro de 1968; 147º da Independência e 80º da República.

A. COSTA E SILVA

Luís Antônio da Gama e Silva  
Augusto Hamann Rademaker Grünewald  
Aurélio de Lyra Tavares  
José de Magalhães Pinto  
Antônio Delfim Netto  
Mário David Andreazza  
Ivo Arzua Pereira  
Tarso Dutra  
Jarbas G. Passarinho  
Márcio de Souza e Mello  
Leonel Miranda  
José Costa Cavalcanti  
Edmundo de Macedo Soares  
Hélio Beltrão  
Afonso A. Lima  
Carlos F. de Simas

Fonte: [http://www.acervoditadura.rs.gov.br/legislacao\\_6.htm](http://www.acervoditadura.rs.gov.br/legislacao_6.htm)

## [Auto-estima Espiritual – *Necessidade Científica*]

A organização Latinobarômetro realiza pesquisas anuais em 17 países da América Latina. Em 2003, perguntou-se aos entrevistados se elas confiavam nas pessoas de seus próprios países. Os resultados foram os seguintes:

No Urugua 36% das pessoas disseram que confiavam. no Panamá 25%, na Bolívia 21%, no Equador 20%, no México 19%, na Guatemala 18%, em Honduras, 18%, na Nicarágua, 18%, na Argentina, 17%, no Peru 15%, na Venezuela, 13%, na Colômbia 13%, em El Salvador 12%, na Costa Rica 11%, no Chile, 10%, No Paraguay 8% e no Brasil, apenas 4%.

A pesquisa ‘A Cara Brasileira’, realizada pelo Sebrae em 2002, faz um ranking dos principais pontos fracos do Brasil. Eles são, em ordem decrescente de importância:

- a falta de auto-estima, a valorização apenas do que vem de fora;
- a falta de confiança nas autoridades e no governo;
- um certo desprezo pela técnica;
- a idéia da malandragem como necessidade de tirar partido de tudo, sobretudo em detrimento dos mais humildes;
- a escassa divulgação do trabalho cultural brasileiro em todos os setores;
- o personalismo arrogante, que se coloca acima da lei;
- a convicção de que todo mundo engana, só para ganhar mais dinheiro;
- a ignorância como "profissão de fê" ("se eu consegui ganhar dinheiro sem ler um livro, então...");
- a desonestidade em nome da família e dos amigos;
- a falta de compromisso em relação aos acordos firmados.

Atenciosamente,

Mauricio Machado  
Assessor Especial - VP Executiva  
ABA – Associação Brasileira de Anunciante  
mmachado@aba.com.br

7/01/2004

Fonte: <http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>

## [Auto-estima Espiritual – *A Marca*]

### Reserva de integridade

A área em volta da marca deverá estar livre de outros elementos, para garantir sua legibilidade. Essa área se estende além da marca a uma distância equivalente à altura do texto.



Reprodução de uma das lâminas do manual de identidade visual da marca – *policy book*. (Lew, Lara Propaganda e Comunicação Ltda. *Manual de Aplicação da Marca 'O melhor do Brasil é o brasileiro'*, São Paulo: 2004, p.10)

*Concepção da Marca – A nova marca foi concebida como uma síntese visual das qualidades intrínsecas do 'ser brasileiro', expressas na frase 'O melhor do Brasil é o brasileiro'. O espírito de superação, o otimismo diante das adversidades e a capacidade de manter vivo o sonho de uma vida melhor são algumas das qualidades que a nova marca pretende valorizar. O objetivo é estimular todos os brasileiros a se identificarem com estes valores, e a se reconhecerem como agentes na construção de um país mais consciente de suas potencialidades e mais confiante em seu futuro.* (Lew, Lara Propaganda e Comunicação Ltda. *Manual de Aplicação da Marca 'O melhor do Brasil é o brasileiro'*, São Paulo: 2004, p.2)

## **[Auto-estima Espiritual – *O Discurso*]**

**Pronunciamento de Orlando Lopes, presidente da ABA, no lançamento da campanha “O melhor do Brasil é o brasileiro”, realizado em 19 de julho de 2004, em São Paulo.**

Bom dia!

Este é um momento histórico. Não apenas para nossa entidade, que tem a honra de receber este tão qualificado, numeroso e diversificado conjunto de líderes públicos, empresariais e da sociedade civil. Não só para a atividade publicitária - anunciantes, agências, fornecedores, veículos - que estão iniciando um movimento que alcançará extraordinária repercussão junto à sociedade brasileira e demonstrará, mais uma vez, a consciência social do setor.

Este é um acontecimento histórico para todo o Brasil, pois estamos nos reunindo em torno da consciência de que nosso País não pode mais ter vergonha de si mesmo, que nossa gente não pode mais deixar de sentir orgulho pelo que já somos e podemos ser.

O movimento que propomos foi inspirado por diversas pesquisas e encontrou na obra de Câmara Cascudo uma frase síntese: "o melhor produto do Brasil é o brasileiro".

Nossa proposta, dirigida a toda a Nação, tem como objetivo resgatar os níveis de auto-estima da nossa população, que está em baixa, e, aproveitando esse empuxo, elevar seu patamar histórico, que nunca foi muito alto - com raras exceções, como em momentos de grandes conquistas esportivas.

Nossa iniciativa visa inspirar e motivar toda a sociedade civil, o universo empresarial, os veículos de comunicação, os formadores de opinião e as diversas instâncias públicas a desenvolverem esforços pró auto-estima do brasileiro - dentro de seus recursos, responsabilidades e escopo de atuação.

Três atividades formam o núcleo da estratégia de ação dessa iniciativa:

1. A campanha publicitária "Eu sou brasileiro e não desisto nunca";
2. Este evento, com a presença do Presidente Lula e de tantas lideranças públicas e privadas;
3. O trabalho de incentivo para que pessoas, empresas, veículos de comunicação e organizações públicas e privadas se engajem no movimento;

Desenvolvida voluntariamente pela Lew Lara (agência que atende à conta institucional da ABA) a campanha "Eu sou brasileiro e não desisto nunca" inicia este movimento pró auto-estima de nossa população, seguindo a perspectiva de que o primeiro passo desse esforço tem que o de conscientizar, despertar e incentivar o sentimento de orgulho e satisfação nas pessoas a respeito de suas próprias realizações e potencialidades; além de destacar o efeito de suas atitudes e ações para sua auto-realização individual e para o futuro do Brasil.

A campanha tem foco nos exemplos individuais de persistência, criatividade, superação de adversidades e vitória de duas personalidades célebres e duas pessoas comuns, que com certeza serão de grande inspiração para o cidadão brasileiro acreditar mais em si próprio e perceber-se como agente ativo para a melhoria de sua vida e da vida do nosso País.

A campanha publicitária, que será exibida em poucos momentos, tem uma forte carga emocional, com o uso da música "Tente outra vez" (de Raul Seixas, Paulo Coelho e Marcelo Motta) e das histórias individuais de sucesso e superação do jogador Ronaldo Nazario de Lima; do músico Herbert Vianna; do brasileiro Roberto Carlos Ramos e da brasileira Maria José Bezerra (ambos aqui presentes e a quem agradeço as presenças).

Enfatizo que a campanha foi totalmente produzida de forma gratuita. Para isso contribuíram, além da agência e das produtoras envolvidas, inúmeros profissionais, as personalidades destacadas na campanha e os titulares dos diversos direitos autorais envolvidos, inclusive os direitos de uso de imagens e obras.



Destaco os profissionais da Lew Lara e da ABA, em número tão amplo que não poderia citá-los neste momento, mas que estarão em anúncio de agradecimento que publicaremos em seguida. Destaco Anna Maria Cascudo Barreto, que nos autorizou a utilizar a frase de seu saudoso pai, um brasileiro exemplar. Destaco Paulo Coelho e Kika Seixas, que foram fundamentais para termos os direitos da música-tema da campanha.

A veiculação da campanha também se dará em bases absolutamente voluntárias, com o suporte de entidades como a ABERT, AESP e GPR, no rádio e televisão; da ANJ, nos jornais; da ANER, nas revistas; e da Central de Outdoor e Fenapex, na mídia exterior. Os principais grupos nacionais da área de mídia - como Globo, Abril, OESP, Três, Record e Bandeirantes - já se comprometeram a veicular as peças, por recomendação de suas associações e pela crença na necessidade e validade do esforço.

O envolvimento voluntário é tamanho que até mesmo o Clube da Voz nos enviou um dos seus associados para ser o mestre de cerimônia deste evento.

Estes exemplos de adesão nos emocionam e trazem a certeza da adoção do movimento e da campanha por toda a sociedade, iniciando-se pelas senhoras e senhores presentes, a quem apelo nesse sentido.

Muitas de nossas empresas associadas já estão considerando formas de apoiar e amplificar este movimento. Temos aqui ao nosso lado os presidentes da Alpargatas, da Ford e dos Grupos Bradesco, Pão de Açúcar, Telecom Itália e Unilever. Todos já instruíram seu pessoal a pensar em como multiplicar este movimento; assim como estão fazendo empresas do porte da Friboi e da Golden Cross, bem como as principais empresas controladas pelo Governo Federal, como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Correios e Petrobrás.

Os principais grupos de comunicação do País, bem como jornalistas e formadores de opinião, estão sendo instados a desenvolver o tema da auto-estima sob sua própria ótica e visão. O que será outra vertente essencial para que esta iniciativa se multiplique, se consolide e seja vitoriosa.

Não podemos ter a ilusão de que uma campanha publicitária, ou até mesmo um esforço mais amplo, temporário, será capaz de reverter este fator cultural histórico. Precisamos ter consciência e nos organizarmos para desenvolver um esforço o mais amplo

possível e de caráter permanente, que se espalhe através de todas as vozes com responsabilidade cívica da Nação.

Reafirmo que este não é um movimento de uma única instituição, empresa, grupo ou setor da sociedade brasileira. É uma missão de cada pessoa e organização que acredita que a maior riqueza do Brasil são os brasileiros e as brasileiras.

Temos absoluta certeza de que todos seremos beneficiados pela vitória deste esforço cívico.

Sabemos que nossos negócios - sejam dos meios de comunicação, dos serviços publicitários ou das marcas das empresas anunciantes - só poderão crescer de forma contínua e sustentada se a população brasileira finalmente passar a ter a auto-estima que merece e precisa ter.

Também sabemos que nossos dirigentes públicos só alcançarão sólido e permanente sucesso em seus governos com o efetivo aumento da auto-estima de todos os cidadãos. Apelo, nesse sentido, para que todas as instâncias de governo se engajem, da forma possível, nesse movimento. Sejam governos municipais, como o da Exma. Prefeita Marta Suplicy, que nos honra com sua presença; sejam governos estaduais, como o de São Paulo, seja o Governo Federal, liderado pelo Exmo. Presidente Lula, que nos assegura, com sua vinda a este evento, que já conquistamos seu empenho pessoal para essa missão de todos nós, brasileiros e brasileiras.

Muito obrigado.

Fonte: <http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>

## [Auto-estima Espiritual – *O Exemplo*]



Reprodução da última cena da animação da página inicial do website da campanha “O melhor do Brasil é o Brasileiro”. No original, somente a parte central do quadro é animada, com uma sequência de frases que se sucedem até a conclusão com a imagem acima. Veja abaixo a transcrição da sequência das frases.

*“O maior sonho de Roberto Carlos era ter uma família... Aos 6 anos, Roberto Carlos é encaminhado para a FEBEM... Aos 8 anos, Roberto Carlos foge pela 1ª. vez da FEBEM... Aos 10 anos, após a sua 48ª. fuga, Roberto Carlos é considerado um caso irre recuperável... Aos 13 anos, ainda analfabeto, ele é adotado por uma professora francesa... Hoje, aos 39 anos, o pedagogo, palestrante, é um dos 10 maiores contadores de história do mundo. Tem sua família: 12 filhos adotivos.*

*– Eu sou brasileiro e não desisto nunca. Entre nessa corrente você também. Espalhe otimismo por todo o Brasil. Envie uma mensagem para seus amigos, de brasileiro para brasileiro.”* ( <http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/> )

## [Auto-estima Material]



*"Tudo é seqüência, continuação, herança." <sup>258</sup>*

(Câmara Cascudo, *Prelúdio e fuga do real*)



Cédula de Cr\$ 50.000,00 – lançada durante o mandato do Presidente Fernando Collor de Mello, tendo Luís Câmara Cascudo, folclorista e intelectual brasileiro, numa das faces; e na outra elementos do folclore regional brasileiro.

## [Biografia Oficial]



Foto oficial da Presidência da República Federativa do Brasil: Ricardo Stuckert

Luiz Inácio Lula da Silva nasceu em 27 de outubro de 1945 no então distrito de Caetés, município de Garanhuns, interior de Pernambuco. É o sétimo dos oito filhos de Aristides Inácio da Silva e Eurídice Ferreira de Mello, carinhosamente chamada de "dona Lindu".

Em dezembro de 1952, dona Lindu, juntamente com os filhos, migrou para o litoral paulista viajando 13 dias num caminhão "pau-de-arara". Foram morar em Vicente de Carvalho, bairro pobre de Guarujá. Lula foi alfabetizado no Grupo Escolar Marcílio Dias e completou o ensino fundamental. Em 1956, mudaram-se para São Paulo e foram morar em único cômodo, nos fundos de um bar, no bairro do Ipiranga.

Aos 12 anos de idade, Lula conseguiu o primeiro emprego, em uma tinturaria. Depois foi engraxate e "office-boy". Com 14 anos, começou a trabalhar nos Armazéns Gerais Columbia, onde teve a carteira de trabalho assinada pela primeira vez. Transferiu-se mais tarde para a Fábrica de Parafusos Marte e conseguiu vaga no curso de torneiro

mecânico do Senai - Serviço Nacional da Indústria. Os estudos duraram três anos e Lula tornou-se metalúrgico.

A crise após o golpe militar de 1964 levou Lula a mudar de emprego passando por várias fábricas até ingressar nas indústrias Villares, uma das principais metalúrgicas do País, localizada em São Bernardo do Campo, no ABC paulista. Trabalhando na Villares, Lula começou a ter contato com o movimento sindical através de seu irmão José Ferreira da Silva, mais conhecido por "Frei Chico".

Em 1969, O Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema fez eleição para escolher a nova diretoria e Lula foi eleito suplente. Na eleição seguinte, em 1972, tornou-se primeiro-secretário. Em 1975, foi eleito presidente do sindicato com 92% dos votos e aí já representava 100 mil trabalhadores. Lula deu novo rumo ao movimento sindical brasileiro. Em 1978, foi reeleito presidente do sindicato (98% dos votos) e, após 10 anos sem greves operárias - em razão do regime opressivo em vigor -, ocorreram no País às primeiras paralisações. Em março de 1979, 170 mil metalúrgicos pararam o ABC paulista. O carismático dirigente liderou então memoráveis assembléias no estádio de vila Euclides, cujos participantes não se intimidaram diante do aparato policial. A repressão ao movimento grevista e a quase inexistência de políticos que representassem os interesses dos trabalhadores no Congresso Nacional fez com que Lula pensasse pela primeira vez em criar um partido de trabalhadores.

Por essa época, o Brasil já vivia processo de abertura política, comandada pelos militares ainda no poder. Em 10 de fevereiro de 1980, Lula fundou o Partido dos Trabalhadores (PT), juntamente com outros sindicalistas, intelectuais, políticos e representantes de movimentos sociais, como lideranças rurais e religiosas. Nesse mesmo ano, nova greve dos metalúrgicos provocou a intervenção do governo federal no Sindicato de São Bernardo e a prisão de Lula e de outros dirigentes sindicais com base na Lei de Segurança Nacional. Foram 31 dias de prisão, situação agravada pelo falecimento de sua mãe.

Lula liderou a organização do partido, que em 1982 já estava implantado em quase todo o território nacional. Disputou naquele ano o governo paulista e ficou em quarto lugar. Em agosto de 1983, fez parte do grupo fundador da CUT - Central Única dos Trabalhadores. Em 1984, participou, como uma das principais lideranças, da campanha das

"Diretas-Já", que reivindicava a escolha direta do Presidente da República. Em 1986 foi eleito deputado federal mais votado do País para a Assembléia Nacional Constituinte, com 650.134 votos.

O PT lançou Lula para disputar a Presidência da República em 1989, após 29 anos sem eleição direta para o cargo. Perdeu a disputa no segundo turno, por pequena diferença de votos, mas dois anos depois liderou mobilização nacional contra a corrupção, que desembocou no "impeachment" do Presidente Fernando Collor de Mello. Em 1994 e 1998, Lula voltou a se candidatar a presidente da República e foi derrotado por Fernando Henrique Cardoso, que capitalizou o receio de mudança de boa parte do eleitorado.

A partir de 1992, Lula atuou como conselheiro do Instituto Cidadania, organização não-governamental, criada após a experiência do Governo Paralelo, voltada para estudos, pesquisas, debates, publicações e principalmente formulação de propostas de políticas públicas nacionais, bem como promoção de campanhas de mobilização da sociedade civil rumo à conquista dos direitos de cidadania para todo povo brasileiro.

Na última semana de junho de 2002, a Convenção Nacional do PT aprovou a formação de ampla aliança política (PT, PL, PCdoB, PCB e PMN), que elaborou programa de governo para resgatar as dívidas sociais fundamentais que o Brasil tem com a grande maioria do seu povo. O candidato a Vice-Presidente na chapa foi o senador José Alencar, do PL de Minas Gerais. Em 27 de outubro de 2002, aos 57 anos de idade, com quase 53 milhões de votos, Luiz Inácio Lula da Silva é eleito Presidente da República Federativa do Brasil. Após sua posse, o Presidente Lula e sua equipe de governo deram início a uma série de transformações estruturais que encaminharam o País para encontrar-se com seu promissor destino.

Apesar da reduzida instrução formal, ele foi distinguido com vários títulos de doutor "Honoris Causa" por renomadas universidades norte-americanas e européias.

Lula é casado desde 1974 com Marisa Letícia e tem cinco filhos.

Fonte: Palácio do Planalto – vide: [https://www.planalto.gov.br/bio\\_01/pres\\_lula.pdf](https://www.planalto.gov.br/bio_01/pres_lula.pdf)



## [Biografia *quase* Oficial]

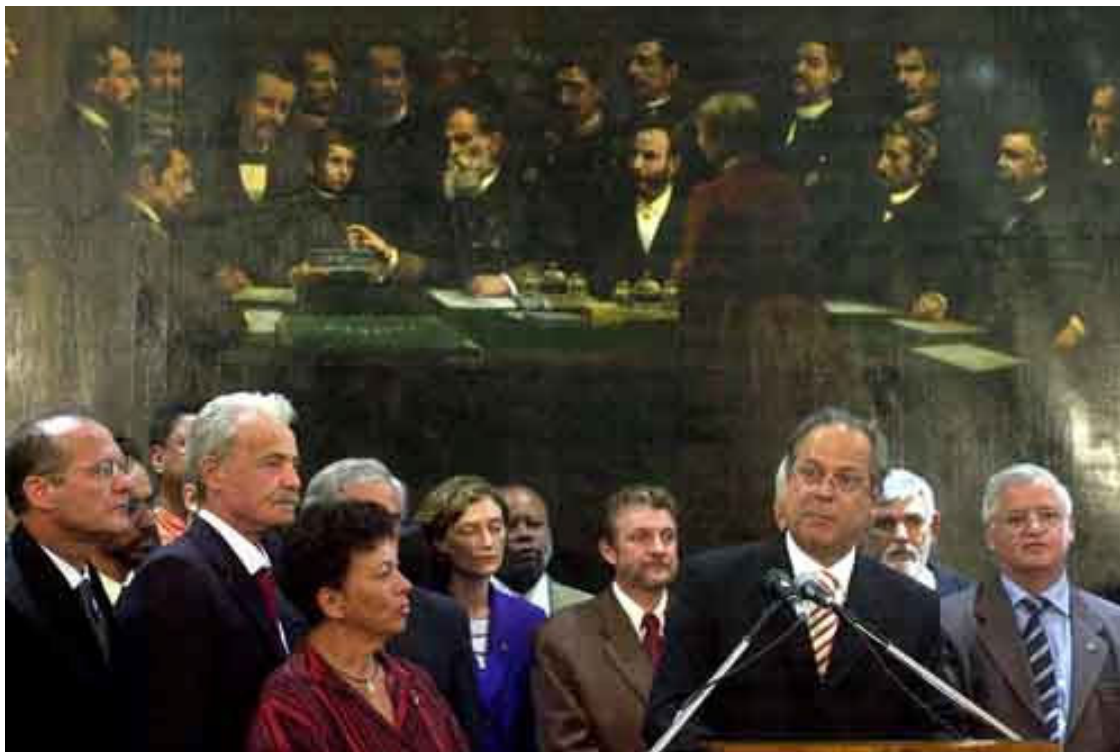


Foto: Dida Sampaio – José Dirceu, Ministro-chefe da Casa Civil, acompanhado pela tropa de choque do PT, no Salão Nobre do Congresso Nacional, em 16 de fevereiro de 2004, dá declaração com relação à exoneração do ex-subchefe de Assuntos Parlamentares da Casa Civil, Waldomiro Diniz. Ao fundo, o quadro do artista Gustavo Hastoy, que retrata a assinatura do projeto da Constituição Republicana do Brasil (1891), tendo o Marechal Deodoro da Fonseca ao centro, cercado por figuras do cenário político do século XIX. Fonte: ABI – Associação Brasileira de Imprensa.<sup>259</sup>

José Dirceu de Oliveira e Silva nasceu em Passa Quatro (MG), no dia 16 março de 1946. Filho de Castorino de Oliveira e Silva e Olga Guedes da Silva, é casado com Maria Rita Garcia de Andrade. Tem três filhos – José Carlos, Joana e Camila – de casamentos anteriores. Advogado, formou-se pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) em 1983 e fez pós-graduação em Economia na mesma instituição. Foi Deputado Estadual de 1987 a 1991 (PT-SP), Deputado Federal de 1991 a 1995 (PT-SP), Deputado Federal de 1999 a 2003 (PT-SP) e reeleito Deputado Federal em 2003.

José Dirceu chegou em São Paulo em 1961 para trabalhar e estudar. Em 1965, iniciou o curso de Direito na PUC-SP, onde foi vice-presidente do Diretório Central dos Estudantes (DCE) no período de 1965-66 e, em 1967, presidiu a União Estadual dos Estudantes (UEE-SP), da qual é

hoje presidente de honra. Líder do movimento estudantil durante a ditadura militar, foi preso no dia 12 de outubro de 1968, em Ibiúna (SP), durante a realização do 30º Congresso da União Nacional dos Estudantes (UNE). Ficou preso até setembro de 1969, quando teve sua nacionalidade cassada e foi banido do país.

Durante o exílio, trabalhou e estudou em Cuba. Em 1975, retornou ao Brasil e, até 1979, viveu clandestinamente no interior do Paraná (Cruzeiro do Oeste), tendo feito cirurgia plástica e adotado nova identidade. Retornou a São Paulo em dezembro 1979, beneficiado pela Lei da Anistia, para ser um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores (PT). “Assinei a ata de fundação com o sentimento de que acabava de readquirir meus direitos políticos e minha nacionalidade que a ditadura roubara. O PT entrou em minha vida para não mais sair”, conta José Dirceu.

Na Assembléia Legislativa de São Paulo, José Dirceu foi Assistente Jurídico, Auxiliar Parlamentar e Assessor Técnico, no período de 1981 a 1986. No PT, foi Secretário de Formação Política (1981-83) e Secretário-Geral do Diretório Nacional do Partido (1987-93).

Participou ativamente do movimento pela anistia aos processados e condenados por atuação política e na coordenação da campanha pelas eleições diretas para Presidente da República, em 1984, quando representou o PT no “Comitê Intrapartidário Pró-Eleições Diretas para Presidente”, destacando-se como um dos principais coordenadores do movimento “Diretas Já”.

Em 1986, foi eleito deputado estadual em São Paulo com 23.990 votos, tendo importante participação na Constituinte Estadual (1989), destacando-se na restauração das prerrogativas do Legislativo e nas áreas de Segurança Pública, Ciência e Tecnologia e no combate aos “trens da alegria”. Em 1989 foi um dos principais coordenadores da campanha presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva e da Frente Brasil Popular.

Em 1990, foi eleito deputado federal por São Paulo com 35.329 votos. Foi autor, juntamente com o senador Eduardo Suplicy (PT-SP), do requerimento que criou a Comissão Parlamentar de Inquérito que investigou o esquema de corrupção de Paulo César Farias na arrecadação de fundos para a campanha do ex-presidente Fernando Collor de Mello. Como representante do PT na CPI, foi figura fundamental para o levantamento das denúncias sobre o “esquema PC” e a apuração de irregularidades que levaram ao impeachment de Collor.

Paralelamente à sua ação de fiscalização e controle, no sentido de impedir a corrupção na administração pública, a atuação de José Dirceu abrangeu temas ligados à Defesa Nacional, Forças Armadas, Segurança Pública e Controle dos Órgãos de Informação. Também atuou como representante do PT na Comissão Especial da Reforma da Legislação Eleitoral e Partidária.

Em 1991, apresentou projeto de mudança global da Lei Orgânica dos Partidos Políticos e do Código Eleitoral, principalmente no que diz respeito ao controle de gastos das campanhas eleitorais e financiamento de partidos políticos.

Durante o mandato, José Dirceu participou com a apresentação de emendas no processo de discussão da Lei de Licitações Públicas e foi um dos responsáveis pela criação da Comissão Especial de Mortos e Desaparecidos, que vem cumprindo importante papel de denúncia e busca de canais de informação junto às autoridades sobre o paradeiro das vítimas da ditadura.

Também defendeu mudanças na legislação sobre concessões de emissoras de rádio e TV, sobre o papel do Senado Federal e na proporcionalidade da representação política dos Estados na Câmara dos Deputados e propôs a criação de um órgão de controle externo do Poder Judiciário, de modo a garantir uma Justiça democrática e transparente.

Entre 1991 e 1995, foi membro das Comissões de Constituição e Justiça, Defesa Nacional, Reforma da Legislação Eleitoral e Partidária, Ciência, Tecnologia e Comunicações.

Em 1994, José Dirceu foi candidato ao governo do Estado de São Paulo pela Frente Brasil Popular, tendo obtido 2.085.190 votos (14,86%), ficando em terceiro lugar. Após as eleições, passou a coordenar o Programa de Combate à Corrupção, proposto pelo Instituto da Cidadania, presidido por Lula.

Em 1995, José Dirceu assumiu a presidência do PT, com a tarefa de suceder Lula. Foi reeleito em 1997, em 1999 e em 2001, desta vez por meio de histórica eleição direta promovida pelo PT entre os filiados. Em 1998 foi eleito novamente deputado federal por São Paulo, com 113.659 votos. No processo legislativo, José Dirceu teve significativa participação na discussão da proposta de Reforma do Judiciário, na Comissão Especial que proferiu parecer sobre a Reforma da Segurança Pública e na Comissão da Reforma Política.

Entre outras publicações, José Dirceu é autor, ao lado de Wladimir Palmeira, do livro “Abaixo a Ditadura – O movimento de 68 contado pelos seus líderes”, lançado pela Editora Garamond em 1998.

Com importante atuação na área de fiscalização e controle José Dirceu apresentou requerimento para uma CPI sobre a atuação do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) no processo de privatização. Também nesta área foi muito importante a atuação de Dirceu em relação à privatização do Banespa (Banco do Estado de São Paulo), denunciando as irregularidades do processo.

Há dois projetos de lei de autoria de José Dirceu de controle e fiscalização das urnas eletrônicas; o projeto de controle sobre aquisição de imóveis na Amazônia por estrangeiros; uma Proposta de Emenda à Constituição para que o Congresso se manifeste sobre acordos e tratados

internacionais e a recente Proposta de Emenda à Constituição dispendo sobre nepotismo no serviço público.

Além disso, José Dirceu figura como uma das mais importantes lideranças do Congresso Nacional, por sua atuação na condução das negociações sobre os mais diversos assuntos, conforme apontam os relatórios do Diap (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar) que destacam os parlamentares mais influentes do Congresso, apontados pelos próprios parlamentares.

Em 2002, José Dirceu foi reeleito deputado federal por São Paulo com a expressiva votação de 556.563 votos, sendo o segundo deputado mais votado do Brasil.

Integrante da coordenação das campanhas eleitorais de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República em 1989, 1994 e 1998, José Dirceu assumiu em 2002 a importante tarefa histórica de ser o coordenador-geral da campanha de Lula à Presidência. No mesmo ano, durante a transição institucional de governo, José Dirceu assumiu, por delegação do presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva, o cargo de coordenador político da equipe de transição, com a tarefa de coordenar as articulações com partidos políticos a fim de formar uma base de sustentação para o novo governo.

Durante reunião do Diretório Nacional do PT, em 7 de dezembro de 2002, em São Paulo, José Dirceu licenciou-se da presidência do PT para participar do governo do presidente Lula. Foi substituído pelo então deputado federal José Genoíno (SP), vice-presidente nacional do PT. No dia 1º de janeiro de 2003, José Dirceu de Oliveira e Silva foi nomeado pelo sr. Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, Ministro de Estado Chefe da Casa Civil da Presidência da República. José Dirceu licenciou-se do cargo de Deputado Federal eleito por São Paulo e assumiu a Chefia da Casa Civil, tendo como responsabilidades fundamentais da Pasta a articulação política do governo e a coordenação da ação governamental.

#### **[complemento extra-oficial]**

José Dirceu foi o Ministro da Casa Civil do governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva de 1º. de janeiro de 2003 até 16 de junho de 2005, quando pediu demissão do cargo de ministro, e voltou a seu antigo cargo de Deputado Federal (PT) por São Paulo. Sua demissão ocorreu em meio a uma crise política que surgiu após denúncias de corrupção nos Correios

e em outras empresas estatais, e por causa do escândalo do mensalão e das acusações do deputado Roberto Jefferson (PTB/RJ), da base aliada do governo de Luiz Inácio Lula da Silva.

No dia 1º de dezembro de 2005, aproximadamente à meia-noite e meia, José Dirceu teve seu mandato cassado por quebra de decoro parlamentar. O placar da votação foi 293 votos a favor da cassação e 192 contra; com isso José Dirceu ficará inelegível até 2015. O relator do processo de cassação de José Dirceu no Conselho de Ética da Câmara dos Deputados foi Júlio Delgado, filho do ex-deputado e prefeito de Juiz de Fora, Tarcísio Delgado.

No dia 12 de abril de 2006, os principais jornais do país noticiaram que o Procurador Geral da República, Antonio Fernando de Souza, denunciou ao Supremo Tribunal Federal (STF), 40 supostos integrantes do mensalão. O Procurador descreveu o grupo como "organização criminosa" e atribuiu sua liderança a José Dirceu, José Genoino, Delúbio Soares e Sílvio Pereira.

Fontes:

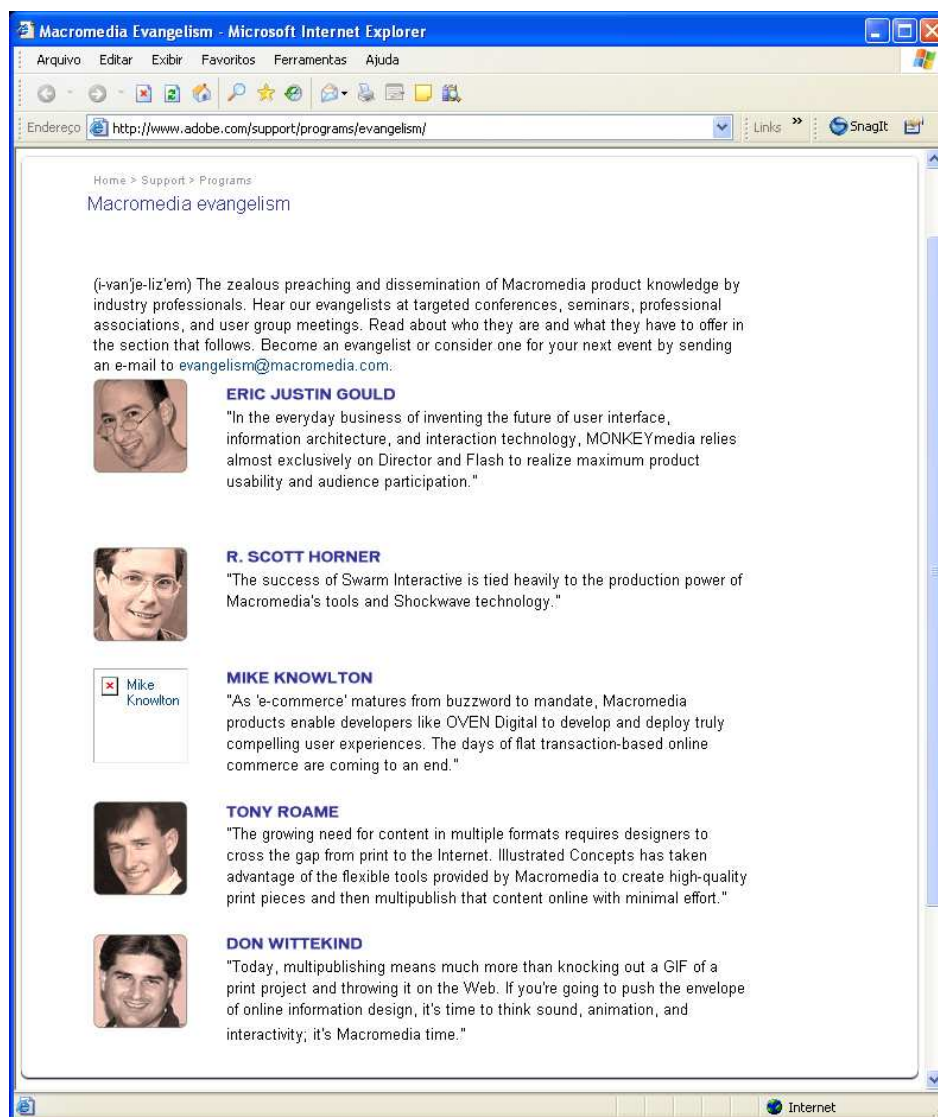
[https://www.presidencia.gov.br/casacivil/site/static/bio\\_dirceu.htm](https://www.presidencia.gov.br/casacivil/site/static/bio_dirceu.htm)

*"Mensalão derruba Dirceu, o ex-superministro de Lula."* Folha de São Paulo, 17 de junho de 2005 – caderno Brasil.

*"Acusado de chefiar mensalão, Dirceu é cassado por 293 votos."* Folha de São Paulo, 1º de dezembro de 2005 – caderno Brasil.

MICHAEL, Andrea. KRAKOVICS, Fernanda. *"Para procurador, 'organização criminosa' operou mensalão"*, em: Folha de São Paulo, 12 de abril de 2006 – caderno Brasil.

# [Evangélismo Digital]



Evangélismo. A pregação zelosa e a disseminação dos conhecimentos sobre os produtos Macromedia por profissionais da indústria. Escute nossos evangelistas nas conferências, seminários, associações profissionais, reuniões de grupos de usuário. Leia sobre quem são eles e o que eles tem a oferecer a seguir. Torne-se um evangelista ou considere em chamar um deles para o seu próximo evento enviando um email para [evangelism@macromedia.com](mailto:evangelism@macromedia.com). (tradução do cabeçalho da página acima por Carlos André Migliorini).

A gigante da indústria de softwares de manipulação digital Adobe Systems Inc. e sua subsidiária Macromedia, especialista em softwares para o desenvolvimento de websites, divulgam o "evangelismo" como parte de sua estratégia de propaganda e marketing, através do website: <http://www.adobe.com/support/programs/evangelism/>

## [Turismo Acima de Tudo]



Reprodução da página inicial do website da agência de turismo espacial Space Adventures – junho/2006 – [www.spaceadventures.com](http://www.spaceadventures.com)



# [A Produção da Fé]

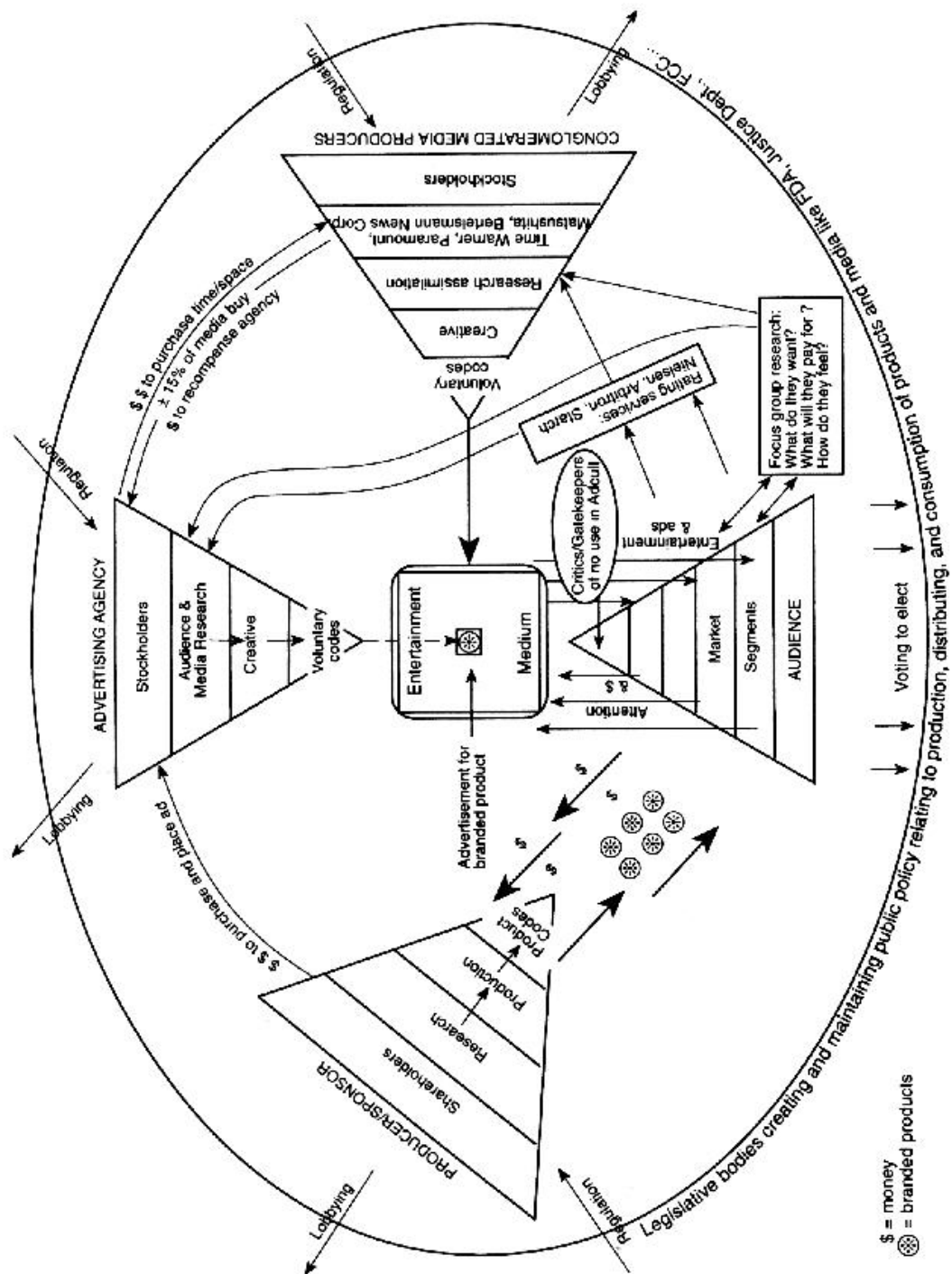


Diagrama: *A Moderna Propaganda Simplificada*. Twitchell, James B. *Adcult USA - the Triumph of Advertising in American Culture*. New York: Columbia University Press, 1996, p. 47.

## [Carta ao Povo Brasileiro]

O Brasil quer mudar. Mudar para crescer, incluir, pacificar. Mudar para conquistar o desenvolvimento econômico que hoje não temos e a justiça social que tanto almejamos. Há em nosso país uma poderosa vontade popular de encerrar o atual ciclo econômico e político. Se em algum momento, ao longo dos anos 90, o atual modelo conseguiu despertar esperanças de progresso econômico e social, hoje a decepção com os seus resultados é enorme. Oito anos depois, o povo brasileiro faz o balanço e verifica que as promessas fundamentais foram descumpridas e as esperanças frustradas.

Nosso povo constata com pesar e indignação que a economia não cresceu e está muito mais vulnerável, a soberania do país ficou em grande parte comprometida, a corrupção continua alta e, principalmente, a crise social e a insegurança tornaram-se assustadoras. O sentimento predominante em todas as classes e em todas as regiões é o de que o atual modelo esgotou-se. Por isso, o país não pode insistir nesse caminho, sob pena de ficar numa estagnação crônica ou até mesmo de sofrer, mais cedo ou mais tarde, um colapso econômico, social e moral.

O mais importante, no entanto, é que essa percepção aguda do fracasso do atual modelo não está conduzindo ao desânimo, ao negativismo, nem ao protesto destrutivo. Ao contrário: apesar de todo o sofrimento injusto e desnecessário que é obrigada a suportar, a população está esperançosa, acredita nas possibilidades do país, mostra-se disposta a apoiar e a sustentar um projeto nacional alternativo, que faça o Brasil voltar a crescer, a gerar empregos, a reduzir a criminalidade, a resgatar nossa presença soberana e respeitada no mundo.

A sociedade está convencida de que o Brasil continua vulnerável e de que a verdadeira estabilidade precisa ser construída por meio de corajosas e cuidadosas mudanças que os responsáveis pelo atual modelo não querem absolutamente fazer. A nítida preferência popular pelos candidatos de oposição que tem esse conteúdo de superação do impasse histórico nacional em que caímos, de correção dos rumos do país.

A crescente adesão à nossa candidatura assume cada vez mais o caráter de um movimento em defesa do Brasil, de nossos direitos e anseios fundamentais enquanto nação independente. Lideranças populares, intelectuais, artistas e religiosos dos mais variados matizes ideológicos declaram espontaneamente seu apoio a um projeto de mudança do Brasil. Prefeitos e parlamentares de partidos não coligados com o PT anunciam seu apoio. Parcelas significativas do empresariado vêm somar-se ao nosso projeto. Trata-se de uma vasta coalizão, em muitos aspectos suprapartidária, que busca abrir novos horizontes para o país.

O povo brasileiro quer mudar para valer. Recusa qualquer forma de continuísmo, seja ele assumido ou mascarado. Quer trilhar o caminho da redução de nossa vulnerabilidade externa pelo esforço conjugado de exportar mais e de criar um amplo

mercado interno de consumo de massas. Quer abrir o caminho de combinar o incremento da atividade econômica com políticas sociais consistentes e criativas. O caminho das reformas estruturais que de fato democratizem e modernizem o país, tornando-o mais justo, eficiente e, ao mesmo tempo, mais competitivo no mercado internacional. O caminho da reforma tributária, que desonere a produção. Da reforma agrária que assegure a paz no campo. Da redução de nossas carências energéticas e de nosso déficit habitacional. Da reforma previdenciária, da reforma trabalhista e de programas prioritários contra a fome e a insegurança pública.

O PT e seus parceiros têm plena consciência de que a superação do atual modelo, reclamada enfaticamente pela sociedade, não se fará num passe de mágica, de um dia para ao outro. Não há milagres na vida de um povo e de um país. Será necessária uma lúcida e criteriosa transição entre o que temos hoje e aquilo que a sociedade reivindica. O que se desfez ou se deixou de fazer em oito anos não será compensado em oito dias. O novo modelo não poderá ser produto de decisões unilaterais do governo, tal como ocorre hoje, nem será implementado por decreto, de modo voluntarista. Será fruto de uma ampla negociação nacional, que deve conduzir a uma autêntica aliança pelo país, a um novo contrato social, capaz de assegurar o crescimento com estabilidade.

Premissa dessa transição será naturalmente o respeito aos contratos e obrigações do país. As recentes turbulências do mercado financeiro devem ser compreendidas nesse contexto de fragilidade do atual modelo e de clamor popular pela sua superação. À parte manobras puramente especulativas, que sem dúvida existem, o que há é uma forte preocupação do mercado financeiro com o mau desempenho da economia e com sua fragilidade atual, gerando temores relativos à capacidade de o país administrar sua dívida interna e externa. É o enorme endividamento público acumulado no governo Fernando Henrique Cardoso que preocupa os investidores.

Trata-se de uma crise de confiança na situação econômica do país, cuja responsabilidade primeira é do atual governo. Por mais que o governo insista, o nervosismo dos mercados e a especulação dos últimos dias não nascem das eleições. Nascem, sim, das graves vulnerabilidades estruturais da economia apresentadas pelo governo, de modo totalitário, como o único caminho possível para o Brasil. Na verdade, há diversos países estáveis e competitivos no mundo que adotaram outras alternativas.

Não importa a quem a crise beneficia ou prejudica eleitoralmente, pois ela prejudica o Brasil. O que importa é que ela precisa ser evitada, pois causará sofrimento irreparável para a maioria da população. Para evitá-la, é preciso compreender que a margem de manobra da política econômica no curto prazo é pequena. O Banco Central acumulou um conjunto de equívocos que trouxeram perdas às aplicações financeiras de inúmeras famílias. Investidores não especulativos, que precisam de horizontes claros, ficaram intranquilos. E os especuladores saíram à luz do dia, para pescar em águas turvas.

Que segurança o governo tem oferecido à sociedade brasileira? Tentou aproveitar-se da crise para ganhar alguns votos e, mais uma vez, desqualificar as oposições, num momento em que é necessário tranquilidade e compromisso com o Brasil. Como todos os brasileiros, quero a verdade completa. Acredito que o atual governo colocou o país

novamente em um impasse. Lembrem-se todos: em 1998, o governo, para não admitir o fracasso do seu populismo cambial, escondeu uma informação decisiva. A de que o real estava artificialmente valorizado e de que o país estava sujeito a um ataque especulativo de proporções inéditas.

Estamos de novo atravessando um cenário semelhante. Substituímos o populismo cambial pela vulnerabilidade da âncora fiscal. O caminho para superar a fragilidade das finanças públicas é aumentar e melhorar a qualidade das exportações e promover uma substituição competitiva de importações no curto prazo.

Aqui ganha toda a sua dimensão de uma política dirigida a valorizar o agronegócio e a agricultura familiar. A reforma tributária, a política alfandegária, os investimentos em infra-estrutura e as fontes de financiamento públicas devem ser canalizadas com absoluta prioridade para gerar divisas.

Nossa política externa deve ser reorientada para esse imenso desafio de promover nossos interesses comerciais e remover graves obstáculos impostos pelos países mais ricos às nações em desenvolvimento.

Estamos conscientes da gravidade da crise econômica. Para resolvê-la, o PT está disposto a dialogar com todos os segmentos da sociedade e com o próprio governo, de modo a evitar que a crise se agrave e traga mais aflição ao povo brasileiro.

Superando a nossa vulnerabilidade externa, poderemos reduzir de forma sustentada a taxa de juros. Poderemos recuperar a capacidade de investimento público tão importante para alavancar o crescimento econômico. Esse é o melhor caminho para que os contratos sejam honrados e o país recupere a liberdade de sua política econômica orientada para o desenvolvimento sustentável. Ninguém precisa me ensinar a importância do controle da inflação. Iniciei minha vida sindical indignado com o processo de corrosão do poder de comprar dos salários dos trabalhadores.

Quero agora reafirmar esse compromisso histórico com o combate à inflação, mas acompanhado do crescimento, da geração de empregos e da distribuição de renda, construindo um Brasil mais solidário e fraterno, um Brasil de todos. A volta do crescimento é o único remédio para impedir que se perpetue um círculo vicioso entre metas de inflação baixas, juro alto, oscilação cambial brusca e aumento da dívida pública.

O atual governo estabeleceu um equilíbrio fiscal precário no país, criando dificuldades para a retomada do crescimento. Com a política de sobrevalorização artificial de nossa moeda no primeiro mandato e com a ausência de políticas industriais de estímulo à capacidade produtiva, o governo não trabalhou como podia para aumentar a competitividade da economia. Exemplo maior foi o fracasso na construção e aprovação de uma reforma tributária que banisse o caráter regressivo e cumulativo dos impostos, fardo insuportável para o setor produtivo e para a exportação brasileira.

A questão de fundo é que, para nós, o equilíbrio fiscal não é um fim, mas um meio. Queremos equilíbrio fiscal para crescer e não apenas para prestar contas aos nossos

credores. Vamos preservar o superávit primário o quanto for necessário para impedir que a dívida interna aumente e destrua a confiança na capacidade do governo de honrar os seus compromissos. Mas é preciso insistir: só a volta do crescimento pode levar o país a contar com um equilíbrio fiscal consistente e duradouro. A estabilidade, o controle das contas públicas e da inflação são hoje um patrimônio de todos os brasileiros. Não são um bem exclusivo do atual governo, pois foram obtidos com uma grande carga de sacrifícios, especialmente dos mais necessitados.

O desenvolvimento de nosso imenso mercado pode revitalizar e impulsionar o conjunto da economia, ampliando de forma decisiva o espaço da pequena e da microempresa, oferecendo ainda bases sólidas para ampliar as exportações. Para esse fim, é fundamental a criação de uma Secretaria Extraordinária de Comércio Exterior, diretamente vinculada à Presidência da República.

Há outro caminho possível. É o caminho do crescimento econômico com estabilidade e responsabilidade social. As mudanças que forem necessárias serão feitas democraticamente, dentro dos marcos institucionais. Vamos ordenar as contas públicas e mantê-las sob controle. Mas, acima de tudo, vamos fazer um Compromisso pela Produção, pelo emprego e por justiça social.

O que nos move é a certeza de que o Brasil é bem maior que todas as crises. O país não suporta mais conviver com a idéia de uma terceira década perdidas. O Brasil precisa navegar no mar aberto do desenvolvimento econômico e social. É com essa convicção que chamo todos os que querem o bem do Brasil a se unirem em torno de um programa de mudanças corajosas e responsáveis.

Luiz Inácio Lula da Silva  
São Paulo, 22 de junho de 2002

## [Mercado Político]



Foto: imagem preto-e-branco da contracapa do livro *Casos e Coisas* de Duda Mendonça, 2001.

Alguns clientes para os quais Duda Mendonça já prestou serviços de propaganda e marketing político: Miguel Arraes, Mário Kertész, Paulo Maluf, Celso Pitta, Eduardo Azeredo, Joaquim Roriz, José Genoíno, Dante de Oliveira, Garibaldi Alves, Antônio Britto, Zé Maranhão, Gilberto Gil, Pedro Simon, Oscar Schmidt, Roberto Santos, Fernando Collor, Marcelo Alencar, Josaphat Marinho, Antônio Carlos Magalhães, Carlos Menen, Jorge Vianna, Aloísio Mercadante, Eduardo Duhalde, Luiz Inácio Lula da Silva. (Fonte: MENDONÇA, Duda. *Casos e Coisas*. São Paulo: Globo, 2001)

## **[A Posse da Persistência]**

### *Anexos II*

Durante o término desta dissertação de mestrado, Luiz Inácio Lula da Silva tomou posse de seu segundo mandato como Presidente eleito da República Federativa do Brasil, no dia 1º. de janeiro de 2007, em Brasília. O evento foi amplamente noticiado por toda a imprensa. As imagens, palavras e fotografias, divulgadas pela Radiobrás e pela Agência Brasil, ambos entes governamentais, ressoaram a essência de todo o trabalho até aqui desenvolvido, confirmando a força da memória e a persistência da estética da dominação democrática, além da importância da divulgação jornalística como instrumento de construção da realidade e por conseguinte da história, dita oficial. A seguir, como registro da coincidência, seguem algumas das imagens divulgadas, intercaladas por trechos dos pronunciamentos oficiais feitos no Congresso e no parlatório pelo presidente empossado. (Fonte Agência Brasil – [www.agenciabrasil.gov.br](http://www.agenciabrasil.gov.br) )





Foto: Marcello Casal Jr /Abr – Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ao lado da primeira-dama, Marisa Letícia, do vice-presidente, José Alencar, e sua esposa, Mariza Gomes, discursa para a população que assiste à cerimônia de posse em frente ao Palácio do Planalto, Brasília (janeiro, 2007).

*“Meus queridos brasileiros e brasileiras, é com muita emoção que eu subo a este Parlatório para conversar um pouco com vocês. Hoje é para mim um dia de profunda emoção. Primeiro, porque ser Presidente da República do meu País, eu recebo isso como uma bênção de Deus, porque eu digo sempre que chegar onde eu cheguei, saindo de onde eu saí, eu só posso dizer que existe um ser superior que decide os destinos de cada um de nós e, por isso, eu estou aqui. Mas estou aqui, também, por causa de vocês. Eu sou profunda e eternamente grato ao comportamento do povo brasileiro nesses quatro anos do meu mandato. Em momentos muito difíceis, quando alguns*

*imaginavam que o jogo tinha acabado, o povo entrava em campo e dizia claramente: nós construímos a democracia deste País e nós vamos sustentar a democracia deste País, custe o que custar, doa a quem doer. (...) Por fim, meus companheiros e companheiras, se me permitem tratá-los assim, eu quero dizer para vocês que os quatro anos que temos pela frente são quatro anos mais compensadores mas, ao mesmo tempo, mais difíceis do que os primeiros quatro. Eu tenho noção do que significa as coisas que nós fizemos, tenho noção que já fizemos muito. Mas, ao mesmo tempo, tenho noção que diante das necessidades do povo e diante da quantidade de décadas e décadas de dívida social com o povo brasileiro, mesmo fazendo muito, nós fizemos muito menos do que aquilo que precisa ser feito para que a gente possa tornar o Brasil um país mais justo, mais equânime, onde todas as pessoas possam conquistar a cidadania plena, com o direito de trabalhar, de estudar, de ter acesso à cultura, ao lazer, a tomar café de manhã, almoçar, jantar, tirar férias e cuidar da sua família. E ter a certeza de que os seus filhos vão estudar numa escola de qualidade e que os filhos das pessoas mais pobres deste País têm que sonhar em ter acesso à mesma universidade do filho do mais rico deste País, porque é assim que a gente vai construir uma democracia forte, uma democracia sólida. (...)*



Foto: Marcello Casal Jr./Abr – Mato-grossense exhibe faixa na Praça dos Três Poderes, onde pessoas de várias partes do país aguardam a cerimônia de posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, Brasília (janeiro, 2007).

*“Quero olhar na cara de cada homem e de cada mulher e dizer para vocês: eu e o companheiro José Alencar, se for necessário, daremos a nossa vida para que a gente possa cumprir cada palavra e cada compromisso que assumimos com vocês, para que a gente possa fortalecer a democracia do nosso País, para que a gente possa garantir que a parte mais pobre da população seja tratada com o respeito e com a decência que deveria ter sido tratada há muito tempo, porque se assim o fosse nós não teríamos a quantidade de pobres que temos no Brasil. Quero dizer para vocês que sou Presidente de todos, sem distinção de credo religioso, sem distinção de compromissos ideológicos. Sou Presidente de todos sem me preocupar com a origem social de cada um. Mas não se enganem, mesmo sendo Presidente de todos eu continuarei fazendo o que faz uma mãe, eu cuidarei primeiro daqueles mais necessitados, daqueles mais fragilizados, daqueles que mais precisam do Estado brasileiro. (...) Aqueles que apostarem no fracasso do Brasil serão derrotados. Aqueles que acreditarem que este País nasceu para ser um país de crescimento inibido, para ser um país de eterno pequeno crescimento, podem começar a se preparar porque este País vai ter um crescimento vigoroso. Mas não um crescimento como tivemos em outra época, em que o País crescia e o povo continuava pobre, o País crescia e não se distribuía o resultado desse crescimento. Nós temos que ter consciência de que o País precisa crescer, mas o que precisa crescer, também, concomitante com o crescimento da economia, com o crescimento da indústria, com o crescimento da agricultura, é o crescimento da melhoria da qualidade de vida das nossas crianças, das nossas mulheres, dos nossos jovens. É o crescimento da oportunidade para uma educação de qualidade, é o crescimento de uma distribuição de renda em que o povo possa viver com mais dignidade, viver melhor e cuidar da sua família. (...) Eu tenho certeza de que nós teremos quatro anos de muito otimismo neste País, de muito crescimento. Por isso, em meu nome, em nome de José Alencar, da minha Marisa e da Mariza do José Alencar, em nome do meu governo, em nome dos meus Ministros, em nome do povo brasileiro, eu quero, mais uma vez, dizer: obrigado, meu Deus, por vocês existirem e terem a compreensão que vocês têm, porque só vocês podem ajudar este País a dar o salto de qualidade que o nosso País precisa. Muito obrigado. Feliz Ano Novo e amanhã é dia de nós dizermos, em alto e bom som: deixa o homem trabalhar, senão o País não cresce como precisa crescer. Um abraço.”* (trechos do discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no parlatório, após o ato de posse do segundo mandato no Congresso Nacional – divulgação Agência Brasil).



Foto: Fabio Pozzebom /Abr – Presidente reeleito Luiz Inácio Lula da Silva cumprimenta populares na área externa do Palácio do Planalto, Brasília (janeiro, 2007).

*“... Tudo é muito parecido, mas tudo é profundamente diferente. É igual e diferente o Brasil; é igual e diferente o mundo; e, eu, sou também igual e diferente. Sou igual naquilo que mais prezo: no profundo compromisso com o povo e com meu país. Sou diferente na consciência madura do que posso e do que não posso, no pleno conhecimento dos limites. Sou igual no ímpeto e na coragem de fazer. Sou diferente na experiência acumulada na difícil arte de governar. Sou igual quando volto a conjugar, nas suas formas mais afirmativas, o verbo mudar, como fiz aqui quatro anos atrás. Mas sou diferente, pois, sem renegar a paciência e a persistência que aqui também preguei, quero hoje pedir, com toda ênfase, pressa, ousadia, coragem e criatividade para abrir novos caminhos. Minhas Senhoras e meus Senhores, Quatro anos depois, o Brasil é igual na sua energia produtiva e criadora. Mas é diferente – para melhor – na força da sua economia, na consistência de suas instituições e no seu equilíbrio social. Em que momento de nossa história tivemos uma conjugação tão favorável e auspiciosa: de inflação baixa; crescimento das exportações; expansão do mercado interno, com aumento do consumo popular e do crédito; e ampliação do emprego e da renda dos trabalhadores? O Brasil ainda é igual, infelizmente, na permanência de injustiças contra as camadas mais pobres. Porém é diferente, para melhor, na erradicação da fome, na diminuição da desigualdade e do desemprego. É melhor na distribuição de renda, no acesso à educação, à saúde e à moradia. Muito já fizemos nessas áreas, mas precisamos fazer muito mais. (...)*





Foto: José Cruz/Abr – Presidente Luiz Inácio Lula da Silva é cercado por parlamentares, ministros, governadores e jornalistas após discurso na cerimônia de posse no Congresso, Brasília (janeiro, 2007).

*“Um dos compromissos mais profundos que tenho comigo mesmo é o de jamais esquecer de onde vim. Ele me permite saber para onde seguir. Hoje, posso olhar nos olhos de cada um dos brasileiros e brasileiras e dizer que mantive, mantenho e mantereí meu compromisso de cuidar, primeiro, dos que mais precisam. Governar para todos é meu caminho, mas defender os interesses dos mais pobres é o que nos guia nesta caminhada. Se alguns quiseram ver na minha primeira eleição apenas um parêntesis histórico, a reeleição mostrou que um governo que cumpre os seus compromissos obtém a confiança do povo. Em outubro, nossa população afirmou de modo inequívoco que não precisa nem admite tutela de nenhuma espécie para fazer a sua escolha. Ela foi livre e soberana, como deve ser a força do povo. É uma responsabilidade enorme tornar-se o presidente com o índice de aprovação mais elevado ao final de seu mandato. Tenho plena consciência do que isso significa. Sei que, a partir de hoje, cabe-me corrigir o que deve ser corrigido e avançar com maior determinação no que está dando certo, para consolidar as conquistas populares. O desafio é grande, porém maior é a minha disposição de vencê-lo. Ouço as*

vozes das cidades, das ruas e dos campos e escuto, muito perto, a voz da minha consciência. Ela me diz que não fui reeleito para ouvir a velha e conformista ladainha segundo a qual tudo é muito difícil, quase impossível, que só pode ser conquistado numa lentidão secular. Quatro anos atrás eu disse que o verbo mudar iria reger o nosso governo. E o Brasil mudou. Hoje, digo que os verbos acelerar, crescer e incluir vão reger o Brasil nestes próximos quatro anos. Os efeitos das mudanças têm que ser sentidos rápida e amplamente. Vamos destravar o Brasil para crescer e incluir de forma mais acelerada. (...) Nosso governo nunca foi, nem é 'populista'. Este governo foi, é e será popular. (...) Apesar dos avanços científicos e tecnológicos de nosso mundo, ainda não foi inventada nenhuma ferramenta mais importante do que a política para a solução dos problemas dos povos. Nunca o mundo viveu – como vive hoje – um período de tão grande descrédito na política. Mas, paradoxalmente, nunca a política foi tão imprescindível. Temos no Brasil um desafio pela frente. Desafio para as forças que se identificam com este Governo e para aquelas que se situam na oposição. Temos de refletir sobre nossas instituições e nossas práticas políticas. Temos de construir consensos que não eliminem nossas diferenças, nem apaguem os conflitos próprios das sociedades democráticas. Precisamos de um sistema político capaz de dar conta da rica diversidade de nossa vida social. Nossas instituições têm de ser mais permeáveis à voz das ruas. Precisamos fortalecer um espaço público capaz de gerar novos direitos e produzir uma cidadania ativa. (...) Fui reconduzido à Presidência da República pela vontade majoritária do povo brasileiro. A realização do segundo turno deu mais nitidez à escolha, contrapondo projetos de país com contornos bem definidos e diferenciados. O povo fez uma escolha consciente. Mais do que um homem, escolheu uma proposta, optou por um lado. Não faltaram os que, do alto de seus preconceitos elitistas, tentaram desqualificar a opção popular como fruto da sedução que poderia exercer sobre ela o que chamavam de 'distribuição de migalhas'. Os que assim pensam não conhecem e não entendem este País. Desconhecem o que é um povo sem feitores, capaz de expressar-se livremente. O que distribuímos – e mais do que isso: socializamos – foi cidadania. Este povo constitui a verdadeira opinião pública do país que alguns pretenderam monopolizar. Finalmente, quem tentou desqualificar a opção popular não foi capaz de valorar algo fundamental. A vontade de mudança – que esteve reprimida por décadas, séculos – expressou-se pacificamente, democraticamente e esta manifestação contribuiu de modo notável para o fortalecimento das instituições. O caminho da política exige paciência, concessões mútuas, compreensão do outro. Exige que sejamos capazes de levar ao extremo a prática da escuta. Pois só assim é possível sintonizar e harmonizar interesses. Mas exige opções, alinhamentos. Neste dia inaugural de meu novo mandato, não peço a ninguém que abandone suas convicções. Não desejo que a oposição deixe de cumprir o papel que dela esperam os que por ela livremente optaram. Quero pedir-lhes,

*apenas, que olhemos mais para o que nos une do que para o que nos separa. Que concentremos o debate nos grandes desafios colocados para o nosso país e para o mundo. Que estejamos à altura do que necessita e deseja o nosso povo. Só assim poderemos estar todos a serviço deste país que tanto amamos. Eu, de minha parte, governarei para todos, sem olhar para cor, credo, opção ideológica ou partidária. Mais que nunca, sou um homem de uma só causa. E esta causa se chama Brasil.*



Foto: Gervásio Baptista/ABr – Juan Frank veio do interior de São Paulo de bicicleta, carregando uma cruz, para pagar promessa pela reeleição de Lula, Brasília (janeiro, 2007).

*Minhas Senhoras, meus Senhores, Reconheço que Deus tem sido generoso comigo. Mais do que mereço. Eu pedi forças... e Deus me deu dificuldades para fazer-me forte. Eu pedi sabedoria... e Deus me deu problemas para resolver. Eu pedi prosperidade... e Deus me deu cérebro e músculos para trabalhar. Eu pedi coragem... e Deus me deu perigos para superar. Eu pedi amor... e Deus me deu pessoas com dificuldades para ajudar. Eu pedi dádivas... e Deus me deu oportunidades. Eu não recebi nada do que pedi, mas eu recebi tudo que precisava. Muito obrigado."* (trechos do discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva durante o ato de posse de seu segundo mandato no Congresso Nacional – divulgação Agência Brasil).



## [Notações]

<sup>1</sup> La Repubblica, 27 de outubro de 2002. Texto original: “*Si aspettano già con ansia i primi segnali su quello che farà e su chi si metterà a fianco dopo l'insediamento del primo gennaio. Sono in molti infatti a sospettare che l'approccio soft da sinistra all'italiana e alla francese, con cui il padre del PT l'ha avuta finalmente vinta, non sia altro che una pelle d'agnello buttata temporaneamente sul vecchio pelo del lupo. Sorridente come non mai, con lo sguardo incantato di chi vede un sogno impossibile diventare realtà, Lula ha passato il giorno più importante della sua vita a leggere i versi di Carlos Drummond de Andrade, grande poeta brasileiro del novecento. Una delle sue poesie più famose recita: "E agora José? A festa acabou, a luz apagou, o povo sumiu, a noite esfriou, e agora José?". ("E ora José? La festa è finita, la luce si è spenta, la gente è sparita, la notte si è fatta fredda, e ora José?". E ora Lula?". Veja a matéria na íntegra em: <http://www.repubblica.it/online/esteri/elebrasil/vittoria/vittoria.html>*”

<sup>2</sup> Na orelha do livro ‘Caminhos de João Brandão’ de Carlos Drummond de Andrade – 4ª. edição, Rio de Janeiro: Record, 1987 – temos: “*João Brandão, personagem criado pelo escritor Carlos Drummond de Andrade, não tem rosto definido, nem profissão, nem nada. É, portanto, um ‘cara’ qualquer. Mas, atenção: a falta de dados específicos é que o torna diferente da generalidade da espécie e até de si mesmo. Porque João é contraditório, imaginativo, fantasista, imprevisível e lúdico. Encarna às vezes a pessoa do seu autor, e outras vezes a desmente. (...) É chamado salvar o país e inaugura no Brasil um novo estilo de governo, aspirando a que cada brasileiro seja dirigido por si mesmo, e todos por ninguém. O resultado, adivinha-se.*”

<sup>3</sup> TWAIN, M. Mark Twain’s Autobiography Part 2. Whitefish, MT (USA): Kessinger Publishing, 2003. p.11 – Tradução de Carlos André Migliorini. Texto original: “*If we would learn what the human race really is at bottom, we need only observe it in election times.*”

<sup>4</sup> Folha de São Paulo, 26 de novembro de 2004.

<sup>5</sup> cf.: ADORNO, Theodor W. *A indústria cultural*, em: *Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade*; org. Gabriel Cohn. São Paulo: Editora Nacional, 1977. p.287-295. MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e capitalismo*, São Paulo: Kairos, 1984. p.13-22. GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do jornalismo político à indústria cultural*, São Paulo: Summus, 1987, p.21-31.

<sup>6</sup> Geralmente, o nome que se dá ao formato de anúncio que pega todas as colunas do jornal, menos uma, e menos 10cm acima dele. Vale por uma página, mas custa menos. Sobre a comercialização de espaços publicitários e “*A estrutura de imprensa no presente: fundamentos e formas de atuação no sistema da economia privada*” ver: MARCONDES FILHO, Ciro. op. cit., 1984, p.60-76.

<sup>7</sup> Folha de São Paulo, op.cit., Folha Ilustrada – página E1.

<sup>8</sup> BAUDRILLARD, J. *A lógica do Papai Noel*; em: *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva. 1973, pp. 175-177. Nota de rodapé no original, p.176: “*Os placebos são substâncias neutras que os médicos administram aos doentes psicossomáticos. Não é raro que estes doentes se restabeleçam tanto graças a tal substância não ativa como pela ação de um medicamento real. O que integram, o que assimilam estes doentes por meio dos placebos? A idéia da medicina + a presença do médico. A mãe e o pai a um só tempo. Ainda neste caso a crença lhes ajuda a recuperar uma situação infantil e a resolver regressivamente um conflito psicossomático.*”

<sup>9</sup> BALLARDINI, Bruno. *Gesú Lava Più Bianco Ovvero Come La Chiesa Inventò Il Marketing*, Roma: Minimum fax, 2000, p.15 – tradução de Carlos André Migliorini. Sobre o conceitos de marketing como guerra e a política das sensações de débito, culpa e medo, ver respectivamente: RIES, Al. TROUT, Jack. *Marketing de Guerra*. 23 ed, Coleção Eficácia Empresarial, São Paulo: Madia / McGraw-Hill, 1989; e

---

DELUMEAU, Jean. *O Pecado e o Medo: A Culpabilização no Ocidente (Séculos 13-18)*, 1 ed., 2 vols. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

<sup>10</sup> Nas eleições presidenciais de 2002, Luiz Inácio "Lula" da Silva, candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), foi o segundo presidente mais votado na história da eleições mundiais, perdendo apenas para o presidente norte-americano Ronald Reagan, eleito em 1984. Disputando o segundo turno com José Serra, candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Lula obteve a vitória no pleito, tendo recebido 52.772.592 (61,27%) dos votos válidos, contra 33.356.997 (38,73%) obtidos por José Serra. Fonte estatística: JUSTIÇA ELEITORAL – Tribunal Superior Eleitoral. *Relatório das Eleições de 2002*; Anexos, Documento No. 6, p.4, Brasília, DF: 2002. Disponível para transferência em: <http://www.tse.gov.br>

<sup>11</sup> O segundo turno da eleição presidencial brasileira de 2002 ficou conhecido pela campanha do “medo contra a esperança.” Em 28 de outubro de 2002, durante o discurso da vitória, o próprio presidente eleito Luiz Inácio “Lula” da Silva atestava: *“Ontem, o Brasil votou para mudar. A esperança venceu o medo e o eleitorado decidiu por um novo caminho para o país. Foi um belo espetáculo democrático que demos ao mundo. Um dos maiores povos do planeta resolveu de modo pacífico e tranqüilo, traçar um rumo diferente para si.”* (SILVA, Luiz Inácio “Lula” da. Compromisso com a mudança. in: O PT faz história – caderno de formação. São Paulo. org. Joaquim Soriano e Hamilton Pereira, Secretaria Nacional de Formação Política do Partido dos Trabalhadores / Fundação Perseu Abramo, Julho 2003. p.73-76). Em resumo: no primeiro turno, o candidato petista Luiz Inácio Lula da Silva obteve 46,44% dos votos válidos contra 23,20% dos votos válidos obtidos pelo candidato tucano (PSDB) José Serra (fonte: TSE). Com praticamente o dobro dos votos conseguidos por José Serra e o apoio declarado dos principais candidatos derrotados no primeiro turno (Ciro Gomes, PPS e Anthony Garotinho, então PSB), Lula consolidava o prognóstico de uma vitória tranqüila. Na tentativa de reverter esse quadro, o PSDB começou sua campanha no segundo turno, veiculando, em rede nacional, no início de seu horário de propaganda eleitoral gratuita na televisão, o seguinte testemunhal da atriz Regina Duarte, também conhecida como a “namoradina do Brasil”, devido ao grande sucesso de seus papéis nas telenovelas românticas dos anos 1960 e 70: *“Tô com medo. Faz tempo que eu não tinha esse sentimento. Porque eu sinto que o Brasil nessa eleição corre o risco de perder toda a estabilidade que já foi conquistada. Eu sei que muita coisa ainda precisa ser feita, mas também tem muita coisa boa que já foi realizada. Não dá pra ir tudo pra lata do lixo. Nos temos dois candidatos à presidência. Um eu conheço, é o Serra. É o homem dos genéricos, do combate à AIDS. O outro eu achava que conhecia, mas hoje eu não reconheço mais. Tudo que ele dizia mudou muito. Isso dá medo na gente. Outra coisa que dá medo é a volta da inflação desenfreada, lembra? 80% ao mês. O futuro presidente vai ter que enfrentar pressão da política nacional e internacional, e vem muita pressão por aí. É por isso que eu vou votar no Serra. Porque ele me dá segurança. Porque dele eu sei o que esperar. Por isso eu voto 45, voto Serra, e voto sem medo.”* A repercussão desse testemunhal fez com que a atriz Betriz Segall saísse em defesa da colega com o seguinte depoimento televisionado posteriormente durante a propaganda eleitoral gratuita do PSDB: *“Eu tenho medo. Como Regina Duarte eu também estou com medo. Medo de não poder dizer que estou com medo. De ser ameaçada de processo pelo simples fato de discordar e de não poder falar o que eu bem entender. Tenho medo de alguém que recorre as ofensas pessoais e profissionais, por que estas são o último reduto da falta de argumento. Mas não tenho medo das atrizes mais jovens. Ao contrário, procuro incentivá-las em suas carreiras. E por fim quero continuar vivendo numa democracia, sem pressões, podendo falar o que eu bem entender e não ter medo disso.”* Acaso, coincidência, ou não, o fato é que “Esperança” era o nome da telenovela que nas eleições de 2002 era transmitida pela Rede Globo de Televisão em seu horário de segunda maior audiência, isto é, logo após o horário noturno da propaganda eleitoral gratuita. Acaso, coincidência, ou não, fato parecido ocorreu durante as eleições de 1989, quando Fernando Collor de Mello venceu Lula. Nessa ocasião a telenovela transmitida pela Rede Globo, logo após o horário noturno da propaganda eleitoral gratuita, se chamava “O Salvador da Pátria”. Quando o assunto diz respeito ao entretenimento de massas, opinião pública, consenso e sua formação (ou seja: política eleitoral), é interessante notar a importância dos agentes da teledramaturgia no Brasil. A primeira telenovela a conquistar uma audiência maciça, iniciando assim o fascínio dos brasileiros pelo gênero, foi “O Direito de Nascer” (TV Tupi, 1964). Uma adaptação de Talma de Oliveira e Teixeira Filho do original cubano “A Deusa Vencida” de Felix Caignet, curiosamente patrocinada por uma empresa de cosméticos e produzida por uma agência de publicidade. Vale ressaltar que a Rede Globo, além de ser reconhecidamente uma das melhores produtoras de telenovelas do mundo, é a única emissora brasileira com sinal capaz de atingir todo o território nacional com a espantosa cobertura de 99,9%

---

dos domicílios com aparelho de TV. Cf.: PAGE, Joseph A. *The Telenovela: a national obsession*, em: *The Brazilians*. New York: Perseus Books, 1995, pp. 444-465.) Ver documentário: "Beyond Citizen Kane - Além Do Cidadão Kane" de SIMON HARTOG, produzido pela BBC4, Reino Unido, 1993.

<sup>12</sup> BERGAMO, Mônica. *Folha de São Paulo*, op.cit., página E2. N.B.: Lindberg Farias foi eleito em 2004, Prefeito do Município de Nova Iguaçu (RJ). Em 1992, aos 20 anos de idade, então presidente da União Nacional dos Estudantes (UNE), foi fundador do Movimento pela Ética na Política e um dos principais líderes do movimento popular conhecido como caras-pintadas, que levou milhares de estudantes em protesto às ruas, contribuindo decisivamente para o impeachment do então presidente Fernando Collor de Mello. Veja biografia em:

[http://www.camara.gov.br/internet/deputado/DepNovos\\_Detalhe.asp?nome=LINDBERG+FARIAS&leg=52](http://www.camara.gov.br/internet/deputado/DepNovos_Detalhe.asp?nome=LINDBERG+FARIAS&leg=52)

<sup>13</sup> O título remete ao filme "Todos os Homens do Presidente" (All the president's men. Direção de Alan J. Pakula, EUA, 1976. Warner Home Video): uma adaptação do livro homônimo escrito por Bob Woodward e Carl Bernstein, ambos repórteres responsáveis pela reportagem investigativa do 'Caso Watergate'. Publicada em 18 de junho de 1972, durante a campanha eleitoral para presidente, a reportagem do Washington Post foi o estopim do escândalo político que levou o então Presidente dos E.U.A Richard Nixon - em meados de seu segundo mandato - à renúncia em 9 de agosto de 1974. Segundo a sinopse oferecida pelo distribuidor do filme: *"No edifício Watergate, as luzes se acendem e quatro arrombadores são presos em flagrante. O caso indica uma ligação com o gabinete do presidente dos Estados Unidos. Ao investigar o fato, os repórteres Bob Woodward (Robert Redford) e Carl Bernstein (Dustin Hoffman) se vêem no meio de dúvidas, contradições e censura. Dirigido por Alan J. Pakula e baseada no livro de Woodward e Bernstein, o filme ganhou quatro Academy Awards em 1976: Melhor Ator Coadjuvante, para Jason Robards, Roteiro Adaptado, Direção de Arte e Som. Um filme que mostra o trabalho jornalístico, onde o objetivo é conseguir uma informação - uma informação verdadeira."* cf.: BERNSTEIN, CARL / WOODWARD, BOB. *All the President's Men*. 25th Anniv edition ed. New York: Simon & Schuster, 1999. Sobre a liberdade de imprensa e o Caso Watergate, ver: MARCONDES FILHO, Ciro. *O Caso Watergate, em: O Capital Da Notícia: Jornalismo Como Produção Social Da Segunda Natureza*. 2 ed. São Paulo: Atica, 1989. p.110-120.

Com relação a persistência do tema nas produções culturais, veja também o filme: "A Grande Ilusão" (All the king's men. Direção de Robert Rossen, EUA, 1949. Sony Pictures): uma adaptação do livro "All the king's Men" (Todos os homens do rei) de Robert Penn Warren. Ambientado nos anos de 1930 o romance, vencedor do prêmio Pulitzer na categoria Ficção (1947), traça a ascensão e queda do demagogo Willie Stark, um personagem ficcional que relembra a figura real do político Huey "Kingfish" Long da Louisiana. Stark começa sua carreira política como um homem idealista ligado ao povo, mas logo é corrompido pelo sucesso, capturado entre o sonho de servir à população e uma insaciável luxúria pelo poder. Pela força de sua atualidade, "All the men's king" está entre os clássicos da literatura norte-americana. Durante a feitura dessa dissertação, o estúdio Columbia Pictures anunciou o lançamento da refilmagem de "A Grande Ilusão" (All the king's men) para o dia 22 de setembro de 2006 nos Estados Unidos. O lançamento no Brasil acontecerá em 17 de novembro de 2006, logo após o término do processo eleitoral de 2006, quando serão eleitos ou re-eleitos, em primeiro e segundo turnos: Presidente da República, Governadores de Estado, Senadores e Deputados Federais. Interessante notar que essa refilmagem tem como um de seus produtores executivos James Carville, marketeiro político de fama internacional que já trabalhou nas campanhas políticas de Bill Clinton, Ehud Barak, entre outras.

<sup>14</sup> Filmografia de Eduardo Coutinho como roteirista e diretor:  
1966: ABC do Amor (2o. Episódio: O Pacto) (ficção, 35mm);  
1968: O Homem que Comprou o Mundo (ficção, 35mm);  
1970: Faustão (ficção, 35mm);

Globo Repórter (médias-metragens) - redator, diretor e editor  
1976: Seis Dias de Ouricuri / Pistoleiro da Serra Talhada;  
1978: Teodorico, Imperador do Sertão;  
1980: Portinari, o Menino de Bodosqui;

---

1981-1984: Cabra Marcado para Morrer (documentário, 35mm)  
1987: Santa Marta: Duas Semanas no Morro (média documentário em vídeo);  
1989: Volta Redonda, o Memorial da Greve (média documentário em vídeo)  
1989: O Jogo da Dívida (média documentário em vídeo)  
1991: O Fio da Memória (documentário, 35mm) (Cem Anos de Abolição);  
1992: Boca de Lixo (média documentário em vídeo); (rot/dir); e A Lei e a Vida (média documentário em vídeo)  
1994: Os Romeiros do Padre Cícero; (média documentário em vídeo)  
1999: Santo Forte (documentário, 35mm)  
2000: Babilônia 2000 (documentário, 35mm)  
2002: Edifício Master  
2005: O Fim e o Princípio (documentário, 35mm)

Vide: <http://www.mnemocine.com.br/aruanda/coutinho.htm>

<sup>15</sup> *Notícias de Uma Guerra Particular* (News From a Personal War). Direção: João Moreira Salles e Kátia Lund. Video Filmes, Brasil/Rio de Janeiro, 57 min, cor, 35mm, 1999. Sinopse fornecida pelo distribuidor: “Eleito um dos melhores filmes brasileiros contemporâneos pela Revista de Cinema e vencedor da competição nacional de documentários do festival É Tudo Verdade, Notícias de uma guerra particular é um amplo e contundente retrato da violência no Rio de Janeiro. Flagrantes do cotidiano das favelas dominadas pelo tráfico de drogas alternam-se a entrevistas com todos os envolvidos no conflito entre traficantes e policiais - incluindo moradores que vivem no meio do fogo cruzado e especialistas em segurança pública. A realidade da violência é apresentada sem meio-tons e da forma mais abrangente possível, tornando patente o absurdo de uma guerra sem fim e sem vencedores possíveis.”

<sup>16</sup> *Nelson Freire - um Filme Sobre um Homem e Sua Música*. Direção: João Moreira Salles. Video Filmes, Brasil, 102 min., cor, 35mm, 2003. Sinopse fornecida pelo distribuidor: “Nelson Freire conta a história do menino-prodígio do interior de Minas que se tornou unanimidade internacional. Filmado no Brasil, na França, na Bélgica e na Rússia, o documentário acompanha a rotina de Nelson em concertos e recitais, desde o primeiro contato com o piano até a recepção dos admiradores no camarim. Uma música extraordinariamente bela pontua o filme: Nelson toca Brahms, Schumann, Tchaikovsky, Chopin, Bach, Gluck, Villa-Lobos, e interpreta Rachmaninoff a quatro mãos com Martha Argerich.”

<sup>17</sup> Reportagem: Tereza Novaes. Foto: Flávio Florido; em: *Folha de São Paulo*, op. cit. Folha Ilustrada – página E4.

<sup>18</sup> Ver: FESTINGER, Leon. *Teoria Da Dissonância Cognitiva*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

<sup>19</sup> Sobre “Artificiais não são as necessidades, mas a sua satisfação.” e “Consumir em vez de viver.” ver: MARCONDES FILHO, Ciro. Imaginário, o arquiteto da revolução. in: *A Linguagem da Sedução - A conquista das consciências pela fantasia*. São Paulo: COM-ARTE. 1985. p.18-26.

<sup>20</sup> Ver: MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital Da Notícia: Jornalismo Como Produção Social Da Segunda Natureza*. 2 ed. São Paulo: Atica, 1989. p.39-50.

<sup>21</sup> Ver o filme curta-metragem: *A alma do negócio*. Direção: José Roberto Torero. Superfilmes, São Paulo, Brasil, 8min., cor, 35mm, 1996. Disponível em: [www.portacurtas.com.br](http://www.portacurtas.com.br)

<sup>22</sup> BRECHT, Bertold. *Poemas, Coleção Forma, Arnaldo Saraiva (org.)*. Lisboa: Editorial Presença, 1973. p.48.

<sup>23</sup> “Com todos os seus progressos, a filosofia não pôde ainda oferecer aos povos nenhum ideal capaz de seduzi-los. Sendo-lhes indispensáveis as ilusões, elas se orientam, instintivamente, como o inseto que procura a luz, para os retóricos que apresentam essas quimeras.” (LE BON, Gustave. *Psicologia Das Multidões*. 5 ed, Biblioteca De Filosofia Científica. Rio de Janeiro: F. Briguiet & Cia., 1954. p.85-86).

---

<sup>24</sup> cf.: BUSELMEIER, Michael. Entretenimento de Massas na Esfera do Trabalho e do Lazer. in: Marcondes Filho, C. A Linguagem da Sedução - A conquista das consciências pela fantasia. São Paulo: COM-ARTE. 1985. p.29-71.

<sup>25</sup> SALLES, João Moreira. *Entreatos – Lula a 30 dias do Poder*, 120min. Brasil: Videofilmes, 2004.

<sup>26</sup> Segundo o BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social: “o conceito multiplex surgiu, há 13 anos, nos EUA, identificando-o como um complexo de salas de exibição, com excelentes recursos cinematográficos, onde se destacam, principalmente, o conforto, a qualidade e a modernidade. No Brasil, o multiplex surgiu em 1997, a partir da entrada, no mercado nacional, de grandes exibidores estrangeiros, a exemplo do Cinemark e da UCI. Em março de 2000, inclusive, as empresas que operam, no Brasil, salas de exibição multiplex, organizaram a sua Associação, a qual deverá ser denominada de Abraplex - Associação Brasileira de Multiplex. Os multiplex se tornaram uma alternativa às salas de cinema comuns, que, com o passar dos anos deixaram de proporcionar, praticamente, novidades ao público. O objetivo do multiplex é fazer com que o público não vá somente para assistir a um filme e, logo após, ir embora. A finalidade primordial é fazer com que as pessoas desfrutem do cinema o máximo possível, pois lá são oferecidas várias alternativas de filmes, serviços e entretenimento. Dentre os serviços oferecidos pelos multiplex, destacam-se: pistas de boliche, estacionamento, salas de jogos eletrônicos e praças de alimentação, que podem ser visitadas, durante intervalos entre um filme e outro, ou simplesmente, no aguardo de um filme cuja procura é intensa, e que, por isso mesmo, pode vir a demandar um tempo demasiado de espera para assisti-lo. Porém as novidades, oferecidas pelas multisalas, não param por aí. Cabe ser destacados, por exemplo, que as antigas poltronas foram substituídas por modernas poltronas reclináveis, equipadas com portas-copo e bandejas para alimentos; as salas são em formato "stadium", no qual a pessoa que se encontra na frente, não atrapalha a visão do filme de quem está atrás; há maior espaço entre as fileiras; possuem equipamentos de som ultra-estéreo; as imagens são de última geração; há lugares especialmente destinados a deficientes físicos e pessoas obesas; operam com vendas antecipadas de ingressos, que podem ser feitas até pela Internet; enfim, são instalações bastante modernas, localizadas em áreas que chegam a ocupar até 30 salas de exibição. Para os exibidores, as salas multiplex representam, além de tudo, uma diminuição significativa nos custos, alcançada, por exemplo, através da redução nos gastos com salários, pois o número de funcionários de um multiplex é, basicamente, o mesmo de um cinema comum, e, também, na otimização dos gastos de sua construção, relativamente à de um cinema com apenas uma sala. Há, também, o aspecto do retorno financeiro, que, para os investidores, é mais rápido do que em uma sala comum. Além da diminuição dos custos, e do retorno financeiro a médios prazos, com os multiplex é visível o aumento de público, e, portanto, pode ser obtido um maior faturamento para as empresas, especialmente nas diversas lojas de alimentação lá instaladas, as quais representam uma parcela significativa do faturamento total. As receitas com publicidade constituem uma outra contribuição que os multiplex estão trazendo para as empresas de exibição, no Brasil. Com um maior espaço, representado pelo aumento do número de telas disponíveis, onde são veiculadas boa parte dos anúncios publicitários, e com maior capacidade de circulação do público, as multisalas vêm se tornando, cada vez mais, um alvo de campanhas publicitárias, ora atraídas pelo baixo custo, quando comparadas a outras mídias, como televisão, onde 30 segundos de exibição de anúncios, no horário nobre, chegam a ser sete vezes mais caros. Sendo o cinema uma mídia não dispersiva (como a TV), as mensagens publicitárias veiculadas são incorporadas, de modo mais intenso, pelo público, e, nesse caso, o multiplex vem contribuindo para o aumento das receitas daí auferidas. As campanhas publicitárias podem ser exibidas nas telas, nos intervalos entre um filme e outro, nas lojas de alimentação e de lazer, no videowall, distribuídas como panfletos e amostra grátis, etc. No tocante à estrutura de gastos necessários à construção e implementação de um multiplex padrão, composto de 8 a 10 salas de exibição, deve ser destacado que, em média, o gasto total é da ordem de US\$ 4 milhões.” (Panorama Atual Sobre o Mercado de Salas de Exibição no Brasil – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) / Área de Operações Industriais 2, junho 2002, número 16, pp. 3 e 4 – vide <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get4is16.pdf>)

<sup>27</sup> Ver: BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica - primeira versão*. in: *Walter Benjamin - Obras Escolhidas - Magia e técnica, arte e política*. São Paulo, Ed. Brasiliense: 1994. p.165-196.



<sup>28</sup> ZEMECKIS, Robert. *O Expresso Polar*. 100min. EUA: Warner Bros., 2004. Essa imagem é a reprodução de um "wallpaper" (brinde disponibilizado em websites – de marcas, produtos e serviços – que serve como pano de fundo da área de trabalho de sistemas operacionais de microcomputadores pessoais) que, entre outros itens, faz parte do “kit promocional” de divulgação do filme encontrado no website < <http://polarexpressmovie.warnerbros.com/> >. Na parte inferior, quase como uma legenda, lê-se: “This holidays season... Believe” ou “Nestas festas de fim-de-ano... Acredite”. A mesma imagem foi utilizada no jornal Folha de São Paulo de 26 de novembro de 2004, caderno Ilustrada, página E5, para ilustrar a matéria “Filme leva Tom Hanks ao mundo virtual.”

<sup>29</sup> KEHR, Dave. *New York Times*, em: *Folha de São Paulo*, op. cit. Folha Ilustrada – página E5. Tradução de Clara Allain.

<sup>30</sup> Idem; ibidem.

<sup>31</sup> ASSIS, Diego. *Quem acredita em Papai Noel?*, em: *Folha de São Paulo*, op. cit. Folha Ilustrada – página E5.

<sup>32</sup> “Com efeito, nas últimas décadas alguns trabalhos importantes, desenvolvidos através de óticas e instrumentais diversos, vêm observando as imagens de um modo ao mesmo tempo novo e antigo. Estes trabalhos se colocam o problema de entender como as imagens funcionavam, qual impacto emocional possuíam, quais eram as diversas funções que exerciam. Procuraram assim, trazer de volta à luz tudo aquilo que uma tradição crítica baseada somente na apreciação estética tinha levado ao esquecimento. Por exemplo, David Freedberg, colocou como ponto central de seus estudos o poder das imagens, e assim, as paixões que despertam, o medo e o prazer que provocam, a carga erótica das quais são dotadas, as práticas – mágicas, ritualísticas e religiosas – nas quais são utilizadas, as reações violentas e apaixonadas (da iconoclastia ao vandalismo) que ao passar do tempo provocaram e ainda hoje provocam. Desse modo, repropôs um contexto no qual o impacto das imagens sobre o corpo tem grande importância. Com mais atenção a diversidade dos momentos históricos e dos contextos culturais, Hans Belting mostrou como as antigas imagens sacras eram inseridas no que ele chamou de ‘esfera do culto’: o sentido das imagens se revelam quando estudamos os locais onde são colocadas, os modos com os quais a liturgia guia seus usos e ao mesmo tempo controla seus efeitos, as relações que as ligam com a política, com a teologia, com as palavras dos hinos e com outros textos religiosos.” (BOLZONI, Lina. *La Rete Delle Immagini*. Predicazione in Volgare Dalle Origini a Bernardino Da Siena. Torino: Giulio Einaudi editore, 2002. p. XVI – tradução de Carlos André Migliorini); ver também: FREEDBERG, David. *The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response*. 1 ed. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. BELTING, Hans. *Il Culto Delle Immagini*. Storia Dell'icona Dall'età Imperiale Al Tardo Medioevo.: Carroci, 2001.

<sup>33</sup> Folha de São Paulo, 02 de janeiro de 2003. Especial Governo Lula – página 12.

<sup>34</sup> Folha de São Paulo, 02 de janeiro de 2003. Especial Governo Lula – página 12.

<sup>35</sup> BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica - primeira versão. in: Walter Benjamin - Obras Escolhidas - Magia e técnica, arte e política. São Paulo, Ed. Brasiliense: 1994. p.196.

<sup>36</sup> “O Largo da Sé, onde se localiza a catedral, foi o ponto de referência para a Câmara fazer a numeração das casas a partir do ano de 1852: as ruas da cidade começam do lado mais próximo da Sé. Em 1934, a Praça da Sé foi considerada oficialmente o marco zero de São Paulo, onde há um monumento apontando para as estradas que saem da cidade.”  
[http://www.aprenda450anos.com.br/450anos/vila\\_metropole/2-1\\_matriz\\_saopaulo.asp](http://www.aprenda450anos.com.br/450anos/vila_metropole/2-1_matriz_saopaulo.asp) (CRUZ, José Armenio de Brito / KOK, Glória. *São Paulo 450 Anos: De Vila a Metrópole: A Escola E a Cidade*. 1 ed. São Paulo: BEL, 2004.)

<sup>37</sup> PESSOA, Fernando. *Livro Do Desassossego: Composto Por Bernardo Soares, Ajudante De Guarda-Livros Na Cidade De Lisboa; Organização Richard Zenith*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, p. 281.

<sup>38</sup> SANDRONI, Paulo. A Dinâmica Imobiliária Da Cidade De São Paulo: Esvaziamento, Desvalorização E Recuperação Da Região Central; In: Caminhos Para O Centro: Estratégias De Desenvolvimento Para a Região Central De São Paulo. São Paulo: Emurb, Prefeitura Municipal de São Paulo, Cebrap e Cem, 2004. p.368-371. Vide: <http://www.centrodametropole.org.br/diversidade/numero2/caminhos/18Sandroni.pdf>

<sup>39</sup> A propósito, uma irresistível lembrança:

*"Relógio! deus sinistro, hediondo, indiferente,  
Que nos aponta o dedo em riste e diz: "Recorda!  
A Dor vibrante que a alma em pânico te acorda  
Como num alvo há de encavar-se brevemente;"*

BAUDELAIRE, Charles. *As Flores Do Mal*. 6 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985. p.313.

<sup>40</sup> *"A cena urbana está cada vez mais aberta às manifestações políticas. Nas sociedades totalitárias, ela é vigorosamente controlada; ela é reservada às comemorações e aos festejos pelos quais o regime regula o seu próprio culto. Nas sociedades pluralistas, é antes a situação inversa que se estabelece. Aí, os poderes têm um acesso privilegiado às mídias, às telas sobre as quais se projetam as imagens políticas. A cidade e a rua permanecem nas cenas em que o protesto desdobra suas dramatizações: quando estas têm suficiente amplitude, forçam a entrada das mídias. Toda capital de longa história tem lugares, monumentos, obras e traços que são ao mesmo tempo 'memórias' e suportes de poderosos simbolismos. A sucessão dos regimes, como as das revoluções e dos movimentos sociais os fizeram. No presente eles banalizam os itinerários pelos quais o poder conduz suas comemorações e onde a contestação 'expõe', em marcha, as rejeições e as reivindicações. (...) O motim urbano era uma explosão. Nas sociedades de liberdade a manifestação de rua era um meio instituído ou quase, codificado e ritualizado de mostrar espetacularmente a oposição a certas decisões dos governantes, ou de revelar pelo recurso a uma dramatização a não aceitação de uma situação econômica e social. O objetivo é definido por temas simples, dizeres levados em bandeirolas, folhetos, e evocações por figurações e insígnias."* (Balandier, Georges. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982, pp.71-72.) *"O chamado 'comício-monstro' de 25 de janeiro, organizado com forte esquema publicitário, tornou a questão de interesse verdadeiramente nacional. A expressão 'diretas-já' surge do manifesto do movimento de 25 de janeiro, lido em 14 de fevereiro, junto ao lançamento da cor amarela no Spazio Piranello. 'É preciso armar o elo que nos une. Por eleições livres e diretas. Já. O amarelo é o elo que nos une. Todos juntos nesta grande viagem de cidadania e soberania.'* (MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital Da Notícia: Jornalismo Como Produção Social Da Segunda Natureza*. 2 ed. São Paulo: Atica, 1989. p.169-170). Sobre a escolha do amarelo, vejamos: *"Na Doutrina das Cores, Goethe avalia o amarelo como "uma cor alegre, vivaz e delicada, que, porém, passa facilmente a ser desagradável, porque a mais leve mistura faz com que ele fique sem valor, sem graça e sujo". Geralmente, o amarelo tolera somente um leve 'toque' de vermelho para dar-lhe um pouco de vivacidade. No simbolismo popular das cores, o amarelo vivo é associado à inveja e ao ciúme ('amarelo de inveja'), provavelmente por causa do humor corpóreo que os antigos chamavam de 'bilis amarela', seguindo assim a teoria dos quatro humores em vigor até a idade moderna, que àquela substância (gr. choléra) associava o tipo de caráter 'colérico'. O amarelo é visto porém com maior frequência como a cor do sol: na sua natureza ambivalente, ele é 'a cor do instinto que se irrita muito facilmente, do pressentimento e da dúvida, reativados pela intrusão de uma energia solar peculiar' (AEPPLI, Ernst. *Les reves et leur interpretation : avec 500 symboles de reves et leur explication*. Paris: Payot, 1962). O amarelo-ouro, com um leve toque de vermelho, simboliza a 'chama da sabedoria'; o amarelo pálido, ao invés, simboliza a agressão dissimulada, como se pode ver, por exemplo, na figuração das vestes de Judas. Por esse motivo, na idade média, os hebreus deviam vestir roupas de cor amarela."* (BIEDERMANN, Hans. *Enciclopedia Dei Simboli*. 1 ed. Milano: Garzanti Editore, 1991. p.225 – tradução de Carlos André Migliorini); e (GOETHE, Johann Wolfgang von. *Doutrina Das Cores*. 2 ed. São Paulo: Nova Alexandria, 1993. p.129-130).

<sup>41</sup> Essa foto de Carlos Fenerich foi utilizada como capa da Revista Veja (Editora Abril) – edição "Eu quero votar pra presidente", de 01 de fevereiro de 1984 – para noticiar o comício pelas restituição das eleições diretas para presidente, realizado em 25 de janeiro de 1984, após 20 anos do regime militar brasileiro.

<sup>42</sup> Portal do Governo do Estado de SP: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/saopaulo/historia/diretas.htm>



<sup>43</sup> VENTURA, Zuenir. 1968, *O Ano Que Não Terminou - a Aventura De Uma Geração*. 15 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988. pp.283-286.

<sup>44</sup> Veja na íntegra o AI-5 (ATO INSTITUCIONAL Nº 5, DE 13 DE DEZEMBRO DE 1968) no capítulo 'Entrescripts' desta dissertação; pp. 168-171.

<sup>45</sup> ABREU, Plínio de / COSTA, Marcelo. DICIONÁRIO HISTÓRICO-BIOGRÁFICO BRASILEIRO / Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) – Fundação Getúlio Vargas; verbete biográfico: FIGUEIREDO, João Batista. página 2. Ver: [http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes\\_htm/2016\\_2.asp](http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes_htm/2016_2.asp) / <http://www.cpdoc.fgv.br/comum/htm/index.htm>

<sup>46</sup> Idem, p.3; ver: [http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes\\_htm/2016\\_3.asp](http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes_htm/2016_3.asp)

<sup>47</sup> Idem, p.7; ver: [http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes\\_htm/2016\\_7.asp](http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes_htm/2016_7.asp)

<sup>48</sup> ver: RODRIGUES, Alberto Tosi. *Diretas Já! O Grito Preso Na Garganta*. 1 ed. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.

<sup>49</sup> ABREU, Plínio de / COSTA, Marcelo. op. cit. p.7 ver: [http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes\\_htm/2016\\_7.asp](http://www.cpdoc.fgv.br/dhbb/verbetes_htm/2016_7.asp)

<sup>50</sup> *"Alguns povos imaginam os seus mortos, ou uma certa parte deles, como exércitos de combatentes. Entre os celtas da região montanhosa escocesa, o exército dos mortos é designado por uma palavra especial: sluagh. Esta palavra poderia ser traduzida por "multidão de espíritos". O exército de espíritos voa em grandes nuvens que vão e voltam - como os estorninhos sobre a terra. Eles sempre retornam aos locais dos seus pecados terrestres. Com suas infalíveis flechas envenenadas, matam gatos, cachorros, ovelhas e bovinos dos seres humanos. Travam batalhas no ar exatamente como os seres humanos fazem sobre a terra. Em noites claras e geladas pode-se ver e ouvir como os exércitos avançam uns contra os outros para depois recuarem e tornarem a avançar. Depois de uma batalha, o sangue deles tinge as pedras e os rochedos de vermelho. A palavra ghairm significa "grito", "chamada", e sluagh-ghairm era o grito de guerra dos mortos. Mais tarde se transformou no termo slogan. Os gritos de combate das nossas massas modernas derivam daqueles dos exércitos de mortos das terras montanhosas."* (CANETTI, Elias. *Massa E Poder*. Tradução de Rodolfo Krestan. 6 ed. São Paulo: Melhoramentos / Editora Universidade de Brasília, 1983. p.44-45).

<sup>51</sup> Inspirada na obra de Câmara Cascudo, a frase: "O melhor do Brasil é o brasileiro." é o *slogan* símbolo do movimento pró auto-estima lançado em 19 de julho de 2004 pela ABA – Associação Brasileira de Anunciantes com a colaboração do Governo Federal, incluindo o próprio presidente Lula, e o voluntariado de diversas organizações públicas, privadas, além de indivíduos. Nas palavras da própria ABA: esse movimento "e dirigido a toda a Nação com o objetivo de resgatar os níveis de auto-estima do brasileiro, que estão em baixa, e, nesse empuxo, aumentar seu patamar histórico, que nunca foi muito elevado (com raras exceções, como em momentos de grandes conquistas esportivas). A iniciativa visa inspirar e motivar toda a sociedade civil, o universo empresarial, os veículos de comunicação e as diversas instâncias públicas a desenvolverem esforços pró auto-estima do brasileiro - dentro de seus recursos, responsabilidades e escopo de atuação. Três atividades formam o núcleo da estratégia de ação dessa iniciativa: 1. A campanha publicitária "Eu sou brasileiro e não desisto nunca". 2. O evento de lançamento do movimento, com a presença do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. 3. O trabalho de incentivo para que empresas, veículos de comunicação e organizações públicas e privadas se engajem no movimento. Fonte: <http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>

Vale a pena recordar as palavras de Lula no parlatório, na ocasião de sua posse, quando discursava para o povo na Praça dos Três Poderes em Brasília (150.000 pessoas reunidas em praça pública, segundo a Polícia Federal): *"Durante a campanha não fizemos nenhuma promessa absurda. O que nós dizíamos, eu vou repetir agora, é que nós iremos recuperar a dignidade do povo brasileiro. Recuperar a sua auto-estima e gastar cada centavo que tivermos que gastar na perspectiva de melhorar as condições de vida de mulheres, homens e crianças que necessitam do Estado brasileiro."* (excerto do discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva no parlatório, após o ato de posse no Congresso Nacional - Folha de São Paulo, 02 de janeiro de 2003.

---

Especial Governo Lula – página 12.) Veja textos, imagens, discursos e outros materiais do movimento “O melhor do Brasil é o brasileiro.” e da campanha publicitária “Eu sou brasileiro e não desisto nunca.” no capítulo ‘Entrescripts’ desta dissertação, pp. 172-178.

Luís da Câmara Cascudo Nasceu em 30 de dezembro de 1898, em Natal (RN), único filho do coronel Francisco Justino de Oliveira Cascudo e Anna da Câmara Cascudo (seus três irmãos faleceram ainda na infância). Câmara Cascudo era advogado, jornalista e literato de renome. *"Mais conhecido como folclorista e etnógrafo, o autor do monumental 'Dicionário do Folclore Brasileiro' foi também historiador reconhecido em seu tempo não apenas por suas obras relativas à história do Rio Grande do Norte e da cidade de Natal, mas também por seus trabalhos históricos mais amplos, em particular seus textos sobre a origem do homem americano, sobre o descobrimento do Brasil, sobre os arquivos e sua função (...) Outra alusão de interesse, também não necessariamente voluntária, é aquela que deixa transparecer um vestígio do entusiasmo de Cascudo, nos anos 30, pelas doutrinas fascistas. Como é sabido, o escritor potiguar foi Chefe Provincial da Ação Integralista Brasileira no Rio Grande do Norte e escreveu com frequência em 'A Offensiva', jornal integralista publicado no Rio de Janeiro (na época, capital do país) e distribuído por todo o Brasil. Os quarenta e seis livros de Gustavo Barroso (militante da Ação Integralista Brasileira e anti-semita extremado), trinta deles com efusivas dedicatórias, e os livros de Plínio Salgado (fundador da AIB – Ação Integralista Brasileira), Oliveira Salazar (ditador - Primeiro Ministro de Portugal) e Antonio Ferro (Ministro do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) do regime de Salazar), também dedicados, ainda hoje em sua biblioteca, são testemunhas eloqüentes, junto com o reconhecimento de sua admiração por Hitler nas crônicas da série 'Viajando o Sertão', de suas simpatias nazi-fascistas nos anos 30, das quais, aliás, faz uma discreta autocritica no livro de 1974 ('Prelúdio e fuga do real', p.315), ao por na boca de Henrique IV uma lisonja depreciativa a "Adolf Hitler, hábil exaltador do recalque nacional."* (NEVES, Margarida de Souza. Literatura: prelúdio e fuga do real. Tempo, Niterói, v. 9, n. 17, 2004. pp. 3, 17,18. Artigo disponível no website "Modernos Descobridores do Brasil", Pronex - Departamento de História da PUC-Rio. Vide: <http://www.historiaecultura.pro.br/modernosdescobrimientos/desc/cascudo/preludioefuga.pdf>).

'A Era Vargas' - DICIONÁRIO HISTÓRICO-BIOGRÁFICO BRASILEIRO / Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) – Fundação Getulio Vargas; verbetes biográficos: Gustavo Barroso, Plínio Salgado. Ver: [http://www.cpdoc.fgv.br/nav\\_historia/htm/ev\\_biografias.htm](http://www.cpdoc.fgv.br/nav_historia/htm/ev_biografias.htm)  
PINTO, A.C. 'Salazar's ministerial elite, 1933-44', Portuguese Journal of Social Science 3: 3, p.105, doi:10.1386/pjss.3.2.103/0. Artigo disponível em: <http://www.ics.ul.pt/corpocientifico/antonioconstapinto/pdf/Sal.pdf>

A propósito: na Era Collor (1991), Câmara Cascudo foi lembrado e homenageado com a estampa de sua face nas cédulas de Cr\$ 50.0000,00 (*cinquenta mil Cruzeiros*). Serviu como símbolo da reforma monetária que resgatou o tradicional Cruzeiro como moeda nacional, em substituição ao desvalorizado Cruzado Novo, instituído durante o período da Nova República. Essa reforma fez parte do Plano Collor, um pacote econômico heterodoxo e polêmico que visava debelar uma hiperinflação crônica e restituir a estabilidade econômica ao país. Fonte: <http://www.bb.com.br/appbb/portal/hs/moeda/MoedaNova.jsp>  
Veja as imagens das cédulas em questão no capítulo ‘Entrescripts’ desta dissertação, p.179.

Na Era Lula, Câmara Cascudo serviu de inspiração para o *slogan* de uma intensa campanha publicitária de um amplo movimento com o objetivo de resgatar e promover a auto-estima nacional.

<sup>52</sup> TENTE OUTRA VEZ (Raul Seixas / Paulo Coelho / Marcelo Motta), música tema do movimento “O melhor do Brasil é o brasileiro” lançado pela ABA – Associação Brasileira de Anunciantes, em julho de 2004.

<sup>53</sup> Veja a biografia oficial de Luiz Inácio Lula da Silva fornecida pela Presidência da República Federativa do Brasil no capítulo ‘Entrescripts’ desta dissertação, pp.180-182.

<sup>54</sup> “Luiz Inácio Lula da Silva foi o presidente mais votado em toda a história das eleições brasileiras. Com 52.793.364 votos, ocupa o segundo lugar na história das eleições mundiais, só perdendo para Ronald Reagan que, em 1984, foi eleito presidente dos Estados Unidos com 54.455.075.” (Depto. de Jornalismo da Rede Bandeirantes de Televisão. "Lula, O Presidente." 60 min. Brasil: Versátil Home Video e Editora Jornal do Vídeo Ltda., 2003).

---

<sup>55</sup> Lei nº 8.313, de 23.12.91 (Lei de Incentivo à Cultura):  
<http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=25&more=1&c=1&tb=1&pb=1>

Lei nº 8.685, de 20.07.93 (Lei do Audiovisual):  
<http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=1875&more=1&c=1&pb=1>

<sup>56</sup> Esse efeito ótico de surgimento e desaparecimento suaves de imagens é conhecido, na linguagem técnica (sintaxe) do cinema e da televisão, como FADE-IN / FADE OUT: “do inglês, *fade-in/fade-out* (1917), *aparecimento/desaparecimento gradual de uma imagem no início/final de um filme ou sequência televisiva*”. (HOUAISS, Antonio. *Dicionário Houaiss Da Língua Portuguesa*. 1 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.) Ver também: SHARFF, Stefan. *The Elements of Cinema - Toward a Theory of Cinesthetic Impact*. New York: Columbia University Press, 1982. pp.22-23.

<sup>57</sup> Brasil Telecom S.A. é uma empresa de telefonia fixa brasileira com sede em Brasília. A empresa é uma das três companhias que surgiu da cisão da Telebrás, durante o processo de privatização do setor de telefonia, ocorrido no período dos mandatos do Presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Inicialmente a companhia foi chamada de Tele Centro Sul, devido seus serviços cobrirem os estados da região sul e central do Brasil, como o Acre, Rondônia, Goiás, Tocantins, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, bem como o Distrito Federal. O banco brasileiro de investimento Opportunity, junto com a Telecom Itália e alguns fundos de pensão brasileiros, pagaram 2.07 bilhões de reais em junho de 1998 para comprar a Tele Centro Sul quando ela foi vendida pelo Governo brasileiro. Em julho de 1999 passou a oferecer o código CSP 14 para ligações interurbanas e em janeiro de 2004 o CSP 14 passou a operar para todo o país e em ligações internacionais. Em 2004 também iniciou o serviço de telefonia celular em 2004. Além disso, provê conexão à internet em alta velocidade com o Turbo, que usa a tecnologia ADSL, e oferece conteúdo 100% banda larga pelo provedor BrTurbo e BrTurbo Empresas. Além disso, fornece acesso à rede sem fio através do BrTurbo ASAS e acesso discado à internet através do iBest, o segundo maior provedor gratuito do mercado brasileiro. Para reforçar ainda mais a sua posição como provedora líder em telecomunicações, a Brasil Telecom adquiriu todo o sistema de cabos submarinos de fibra óptica do grupo Globenet, interligando pontos de conexão nos Estados Unidos, Ilhas Bermudas, Brasil e Venezuela. Com a aquisição da MetroRED, provedora de serviços de rede privada de telecomunicações por redes digitais de fibra óptica, a Brasil Telecom passou a oferecer acesso aos maiores clientes corporativos do País nos grandes centros urbanos nacionais como São Paulo, Rio e Belo Horizonte, além de Porto Alegre, Curitiba e Brasília e internacionais. A Vant foi adquirida também com objetivo de ampliar a oferta de soluções ao mercado corporativo em todo o território nacional. A Brasil Telecom também atua em atividades culturais, sociais e esportivas, através de uma ampla política de apoio e do patrocínio de agentes desses setores. As ações da Brasil Telecom são negociadas pela Bovespa, onde faz parte do Índice Bovespa (Ibovespa), bem como da New York Stock Exchange. Fonte: <http://www.brasiltelecom.com.br>

Indícios de espionagem, corrupção ativa, favorecimento ilícito, tráfico de influência e sonegação fiscal, levaram o banqueiro Daniel Dantas, controlador do Opportunity, a depor em audiência conjunta das CPIs dos Correios e do "Mensalão" em 21 de setembro de 2005. Ver artigos: ESCÂNDALO DO "MENSALÃO" / O BANQUEIRO. Folha de São Paulo, 22 de setembro de 2005; e ESCÂNDALO DO "MENSALÃO" / GUERRA DAS TELES. Folha de São Paulo, 12 de maio de 2006. pp. A4 e A5.

Ver também: ligação de Daniel Dantas, Grupo Icatu, Nizan Guanaes e agência de publicidade DM9 (a responsável, em 1994, pela campanha de propaganda eleitoral para presidente, do então candidato do PSDB, Fernando Henrique Cardoso em: MENDONÇA, Duda. *Casos e Coisas*, São Paulo: Globo, 2001, p.201.

<sup>58</sup> Off: advérbio, palavra gramatical inglesa us. para indicar separação ou distanciamento físico. Locução: "em off" – 1 rubrica cinema, teatro, televisão: fora das vistas (p.ex., dos espectadores); 2 de maneira confidencial; secretamente, sigilosamente. (Houaiss, A. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004).

---

<sup>59</sup> Sobre os “vendedores de bíblia”, ver: MAYSLES, David and Albert. ZWERIN, Charlotte. "Salesman." In *The Criterion Collection*, 91min. USA: Janus Films, 1968.

<sup>60</sup> Veja a biografia oficial de José Dirceu de Oliveira e Silva fornecida pela Presidência da República Federativa do Brasil, e outras informações, no capítulo ‘Entrescripts’ desta dissertação, pp.183-187.

<sup>61</sup> Carlos Alberto Libânio Christo, Frei Betto, é frade dominicano, escritor e amigo pessoal de Luiz Inácio Lula da Silva a mais de 25 anos. Foi assessor especial da Presidência da República entre 1º. de janeiro de 2003 e 18 de novembro de 2004. Cf. BETTO, Frei. *A Mosca Azul – Reflexão sobre o poder*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.

<sup>62</sup> Arregimentar, cabos, linha de frente e campanha: como “*marketing é guerra*” (BALLARDINI, op. cit. 2000, p.15), e marketing político não é diferente, o uso dessa terminologia não poderia ter sido mais apropriado.

<sup>63</sup> Cf.: Huba, Jackie. McConnell, Ben. *Buzzmarketing: Criando Clientes Evangelistas*. São Paulo: M. Books, 2005.

<sup>64</sup> BALANDIER, Georges. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982, p.61.

<sup>65</sup> <http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/Holocaust/goebbels.html>

<sup>66</sup> Trecho do discurso do Dr. Josef Goebbels, Ministro do Reich do Esclarecimento do povo e Propaganda, Governador de Berlim, e mais tarde, General Plenipotente para toda a guerra; em: Riefenstahl, Leni. *O Triunfo da Vontade*, Alemanha: Continental Home Video, 110 min., 1934 (*cronometria*: 0:32:40 > 0:33:33). A tradução apresentada foi extraída *ipsis litteris* das legendas em português do filme comercializado no Brasil pela Continental Home Video. Entretanto, existe uma diferença sensível na versão em inglês do mesmo trecho do discurso disponível no site do Arquivo de Propaganda Alemã (GPA – German Propaganda Archive) do Departamento de Comunicações, Artes e Ciências da Calvin College, Grand Rapids, Michigan, EUA. O trecho citado é a parte final (editada pela diretora do filme) do discurso feito pelo Dr. Goebbels na ocasião da convenção do Partido Nazista Alemão (NSDAP) em Nuremberg (1934). Segue a versão em inglês, traduzida em seguida por Carlos André Migliorini:

“May the bright flame of our enthusiasm never fade. It alone gives light and warmth to the creative art of modern political propaganda. (...) It rises from the depths of the people, and must always return to the people to find its roots and strength. It may be good to have power based on weapons. It is better and longer lasting, however, to win and hold the heart of a people.” (Der Kongress zur Nürnberg 1934 [Munich: Zentralverlag der NSDAP., Frz. Eher Nachf., 1934], pp. 130-141.)

“Que a chama brilhante de nosso entusiasmo nunca se apague. Sozinha ela tem dado luz e calor para a criativa arte da moderna propaganda política. (...) Isso vem das profundezas das pessoas e deve sempre retornar-lhes para encontrar suas raízes e sua força. Pode ser bom possuir o poder baseado nas armas. Mas é melhor e mais duradouro, entretanto, conquistar e segurar o coração das pessoas.”

Veja o discurso na íntegra em inglês: <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/goeb59.htm>

N.B.: no decorrer da pesquisa, uma terceira versão do mesmo trecho foi encontrada nas legendas de uma cópia em VHS de ‘*O triunfo da vontade*’, sem qualquer referência sobre a origem e/ou a distribuição. Como no Brasil, a Continental Home Video e a Reserva Especial foram as únicas distribuidoras oficiais do título, a responsabilidade por essa legenda/tradução, são provavelmente da distribuidora Reserva Especial. Segue a transcrição da referida legenda em português: “*Que jamais a chama brilhante do entusiasmo se apague. Esta chama dá luz e calor à criatividade política de propaganda. Esta arte se levanta das profundezas da nação na busca de suas raízes e para encontrar seu poder, retorna de novo às profundezas. Pode ser que o poder baseado nas armas dê certo, entretanto, é melhor e mais gratificante vencer o coração da nação e mantê-lo.*”

---

<sup>67</sup> Sobre a relação entre o ato de surpreender (fato que suscita maravilha) e a memória: “*Imagens de catástrofes, imagens fantásticas, imagens violentas e ensangüentadas, imagens de ambientes aristocráticos, nobres burgueses, plenos de decoração maravilhosa, imagens de seres extraterrestres, grotescos, híbridos, imagens angelicais, imagens infernais, povoam os afrescos em movimento do cinema. Não somente essas, mas todas as imagens que vemos no cinema, devido ao tamanho enormecido e aos planos de aproximação, o close, por exemplo, em que aparecem na tela são também formas fantásticas. Em todos os gêneros, mesmo em seu gênero “cult, artístico, intelectual”, o cinema e, também, a televisão revelam-se uma arte da memória e seus trajetos originários enlaçam, num certo momento da história, o Ad Herennium e participam da memória coletiva, histórica. São, também, parte da retórica da indústria e da cultura audiovisual. Ritualizam, em imagens agentes, visuais e sonoras, as imagens e locais que o espectador-fiel de recordar ao cogitar o passado, o presente e o futuro de sua vida.*” (Almeida, M. J. de, *Cinema - A arte da memória*, Campinas: Autores Associados, 1999, pp.55 e 56).

<sup>68</sup> Veja a entrevista concedida por João Moreira Salles à USP Notícias (Universidade de São Paulo) na ocasião do lançamento de *Entreatos Lula* a 30 dias do poder em: <http://noticias.usp.br/acontece/obterNoticia?codntc=2183>

<sup>69</sup> Almeida, M. J. de. op. cit., 1999, p.1.

<sup>70</sup> “*Ainda hoje no jargão publicitário, a voz em off, ou seja, a voz fora das vistas em um comercial é conhecida também como a ‘voz de Deus’ (voice of God).*” (BALLARDINI, Bruno. *Gesù Lava Più Bianco Ovvero Come La Chiesa Inventò Il Marketing*. Roma: Minimum fax, 2000. p.21 – tradução de Carlos André Migliorini).

<sup>71</sup> Genesis, capítulo I: (1:1) in principio creavit Deus caelum et terram (1:2) terra autem erat inanis et vacua et tenebrae super faciem abyssi et spiritus Dei ferebatur super aquas (1:3) DIXITQUE DEUS FIAT LUX ET FACTA EST LUX (1:4) et vidit Deus lucem quod esset bona et divisit lucem ac tenebras (1:5) appellavitque lucem diem et tenebras noctem factumque est vespere et mane dies unus – “*No princípio, Deus criou os céus e a terra. A terra estava informe e vazia; as trevas cobriam o abismo e o Espírito de Deus pairava sobre as águas. DEUS DISSE: “FAÇA-SE A LUZ! E A LUZ FOI FEITA. Deus viu que a luz era boa, e separou a luz das trevas. Deus chamou à luz de DIA, e às trevas NOITE. Sobreveio a tarde e depois a manhã: foi o primeiro dia.*” (BÍBLIA SAGRADA. *Gênesis 1 – As origens*, 52 ed. São Paulo: Edição Claretiana, 1986, p.49)

<sup>72</sup> Sobre o efeito de “*E nós vamos*”: se entendermos a técnica de *orquestração*, não só como o trabalho de composição das trilhas sonoras musicais dos filmes (partituras/score), mas também como o trabalho de edição, sincronismo e organização tempo-espacial de toda a banda sonora, ou seja, de todo e qualquer áudio presente no filme, como os monólogos, os diálogos, as narrações em OFF, os efeitos especiais (SFX - sound effects), etc., então: “*A responsabilidade inicial da orquestração é apresentar, durante as primeiras poucas cenas iniciais, a iconografia básica do trabalho, fazendo com que o espectador se familiarize com o “jeito de falar”, o método ‘cinestético’ no qual o filme se desenvolverá. Um entendimento é estabelecido entre a tela e a audiência, e as faculdades perceptíveis da audiência são ajustadas ao tipo de “harmozinação” que será demandada pelo estilo e configuração do filme. Este é um prelúdio que mobiliza a atenção sincrônica com as estruturas apresentadas. Esse tipo de introdução tem sido observada na maioria dos trabalhos de sucesso do cinema. (...) Outra função da orquestração é costurar as unidades de ação (cenas). Significantes movimentos ou formas que criam uma força direcional, frequentemente, também atuam como conjunções, agindo como transições de uma situação para outra. A orquestração determina como isso será feito, através da criação de planos-sequência de transição, usando efeitos óticos (‘fades’, ‘dissolves’, etc.), trilha sonora, música, efeitos sonoros, ou através da combinação de todas estas possibilidades.*” (Sharff, Stefan. *The Elements of Cinema - Toward a Theory of Cinesthetic Impact*, New York: Columbia University Press, 1982, pp.167-169 – tradução: Carlos André Migliorini).

<sup>73</sup> O curso em questão se chamava: “*Documentário com João Moreira Salles*” e foi oferecido pelo Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica), com carga horária de



---

48h, entre 19/04/2002 e 28/06/2002 – Coordenação do Professor Miguel Pereira. N.B.: na página do curso disponibilizada na Internet há um campo chamado “*Investimento*”, onde está ressaltada em negrito uma das formas de pagamento adotada pela instituição de ensino: “**Aceita-se pagamento com cartões de crédito American Express, Mastercard e Visa**”.

Vide: <http://www.cce.puc-rio.br/comunicacao/documentario.htm>

<sup>74</sup> “Se a divindade coincide com o *Verbo*, o ato perlocutório de pronunciar aquela palavra equivale a esvaziá-la semioticamente, a desfuncionalizar-la, praticamente assassinando Deus e com isso o mundo. Colocando as coisas desse modo, a alternativa está, então, entre um mundo governado pelas palavras, originado por um *Verbo* inominável, e um mundo no qual as palavras não possuam valor algum, um mundo que resiste ao nosso nominalismo. Alternativa terrível, que não nos deixa escolha. A valorização do significante, ao contrário do que sustentam os apocalípticos da escola marxista, não se iniciou com a civilização das mercadorias, como consequência do marketing, mas através de um diabólico equívoco, no mesmíssimo momento em que o cristianismo iniciou a valorizar a palavra *Verbo*”. (Ballardini, Bruno. *Gesù Lava Più Bianco Ovvero Come La Chiesa Inventò Il Marketing*, Roma: Minimum fax, 2000, pp. 22 e 23 – tradução de Carlos André Migliorini).

<sup>75</sup> Ver: SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado Espetáculo - Ensaio sobre e contra o Star System em Política*. Rio de Janeiro: Difel, 1978, pp. 1-8.

<sup>76</sup> Eis a alardeada Festa da Democracia: “*A festa, que é o meio de transgressão essencial, aceita ou suportada insere-se daqui em diante sob todas as suas formas no curso da vida política. Ela está associada, nos bastidores, às grandes dramatizações totalitárias. Ela faz parte da maquinaria a que recorrem os partidos afrontados nas sociedades pluralistas. Cada ano, na mesma época, ou durante as campanhas eleitorais, ela promove reuniões e se permite transmitir a mensagem política. Ela une nos divertimentos, na participação do espetáculo animado por vedetes, em uma alegre liberação que aumenta a receptividade e pode incitar à adesão.*” (Balandier, Georges. *O Poder em Cena*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982, p.75).

<sup>77</sup> Nesta popularesca ‘cena do cafezinho’, Lula está na companhia de Freud Godoy (de azul, à direita no vídeo). Após a vitória de Lula nas eleições de 2002, Freud Godoy é nomeado assessor especial da Secretaria Particular da Presidência da República. Mais tarde durante a campanha das eleições presidenciais que reelegeram Lula em 2006, Freud Godoy foi exonerado de seu cargo devido ao seu envolvimento no escândalo do dossiê dos sanguessugas contra os tucanos Geraldo Alckmin e José Serra, respectivamente, candidatos à Presidência da República e ao Governo do Estado de São Paulo. Ver: PAGNAN, Rogério. SCOLESE, Eduardo. LEITE, Pedro Dias. *Crise do Dossiê Derruba Assessor Especial de Lula*. Folha de São Paulo, 19 de setembro de 2006, caderno Brasil; e MAISONNAVE, Fabiano. *Caso de Dossiê Remete a Renúncia do presidente americano Richard Nixon*. Folha de São Paulo, 21 de setembro de 2006, caderno Brasil.

<sup>78</sup> Maquiar, Maquilar: (etimologia) fr. maquiller (1450) ‘trabalhar’; (1840) teat ‘pintar (o rosto)’, do picardo ant. maquier ‘fazer’, e, este, do m.hol. maken ‘id.’ (cp. ing. make ‘id.’); cp. port. maquiar e maquilhar; ver mascar-. (Houaiss, A. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.).

<sup>79</sup> Depois de empossado Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva nomeou Gilberto Carvalho, seu Chefe do Gabinete Pessoal.

<sup>80</sup> Ex-metalúrgico com base eleitoral em Osasco (SP), João Paulo Cunha foi eleito Deputado Federal. Ocupou o cargo de Presidente da Câmara dos Deputados de 2003 a 2005, tendo sido sucedido pelo Deputado Severino Cavalcanti que renunciou ao mandato devido a irregularidades. João Paulo Cunha teve seu nome envolvido no chamado ‘Escândalo do Mensalão’. “*Apontado como o principal alvo da oposição após a cassação do ex-ministro José Dirceu (PT), o ex-presidente da Câmara João Paulo Cunha (PT-SP) conseguiu ontem salvar o seu mandato no plenário, dando seqüência à esteira de absolvições dos deputados acusados de participação no escândalo do mensalão. A absolvição ocorreu no mesmo dia em que foi aprovado o relatório da CPI dos Correios que reconhece a existência do mensalão, do qual o petista recebeu R\$ 50 mil por meio do publicitário Marcos Valério de Souza. Com um discurso que centrou fogo na imprensa e na opinião pública, João Paulo obteve 256 votos pela sua absolvição. (...) Na tribuna, em discurso de 50*

---

minutos, reclamou: 'A opinião pública nem sempre acerta, nem sempre tem o condão de dizer o que é certo e o que é errado. Ela às vezes é desmentida depois'. (...) Pela cassação votaram 209 deputados, ou seja, faltaram 48 votos para que o petista fosse cassado, como recomendava o parecer do Conselho de Ética. Houve ainda 9 abstenções e 7 brancos, além de 2 votos nulos. (...) João Paulo, 47, é o oitavo parlamentar acusado de envolvimento no mensalão absolvido pelo plenário. A decisão reforça a tese do clima de 'pizza' que se alastrou pela Casa. Até agora, apenas três deputados perderam o mandato: Roberto Jefferson (PTB), que denunciou o mensalão, José Dirceu e o presidente do PP, Pedro Corrêa. Outros quatro renunciaram e quatro ainda serão julgados.' (ZANINI, Fábio. GARDA, Cynthia. NAVARRO, Silvio. Deputados absolvem ex-presidente da Câmara, em: Folha de São Paulo, 06 de abril de 2006, caderno Brasil).

<sup>81</sup> "Como bem disse o próprio ombudsman em maio, o PT real é o que governa Estados e cidades importantes do país, não a ficção do "Lulinha paz e amor" inventada por Duda Mendonça. Numa campanha até agora bem-sucedida como a de Lula, na qual até intelectuais de prestígio se omitem em relação a escândalos envolvendo as administrações petistas e se calam diante das "alianças táticas" com liberais, Sarney e Quêrcia, espera-se de um jornal como a Folha que deixe um pouco de lado a fantasia publicitária e lance alguma luz sobre as contradições e problemas do discurso e dos governos petistas." (SILVA, Fernando de Barros E. Árvores Abatidas, em Folha de São Paulo, 15 de setembro de 2002, caderno Brasil).

<sup>82</sup> "O cliente é rei. Nunca é demais dizer: não há empresa sem cliente." (Horovitz, Jacques. *Qualidade de serviço a batalha pela conquista do cliente*. São Paulo: Nobel, 1993, p.58).

<sup>83</sup> Locução em OFF de João Moreira Salles no filme *Entreatos - Lula a 30 Dias do Poder*, dirigido pelo próprio João Moreira Salles; 120min. Brasil: Videofilmes, 2004 (cronometria: 0:00:23 > 0:02:05).

<sup>84</sup> Alusão ao termo 'chão de fábrica' termo popularmente utilizado para denominar a linha de produção, ou o coletivo dos funcionários e empregados de uma empresa.

<sup>85</sup> Na Memória Descritiva do Plano Piloto de Brasília (1957) temos a seguinte epígrafe: "... José Bonifácio, em 1823, propõe a transferência da capital para Goiás e sugere o nome de BRASÍLIA." (Costa, Lúcio. *Lúcio Costa: registro de uma vivência*. São Paulo: Empresa das Artes, 1995, p.283.)

<sup>86</sup> FONSECA, Edson Nery da. *I Miti di Brasília. Nota previa sul sogno di San Giovanni Bosco del 30 Agosto 1883*, em: *Don Bosco e Brasilia. Profezia, Realtà Sociale e Diritto*. Organização: Semeraro, C. Padova: Cedam, 2000, p.139.

<sup>87</sup> Segundo Oscar Niemeyer: "Não me importa dizerem que sou o arquiteto de Brasília se ao mesmo tempo disserem que Lúcio Costa é o seu urbanista. A ele coube a tarefa principal: projetar a cidade, as ruas, as praças, os volumes e espaços livres. Minha colaboração foi mais modesta, apenas os prédios governamentais. Não sou tão pouco o construtor de Brasília. Construíram-na, o entusiasmo de Juscelino Kubitschek, a perseverança de Israel Pinheiro e milhares de operários que, anônimos, por ela se sacrificaram mais do que todos nós." (SOUZA, Abelardo de. *Arquitetura no Brasil: Depoimentos*. São Paulo: Diadorim / Ed. da Universidade de São Paulo, 1978, p.62). Arquiteto de casas, palácios, universidades, museus, catedrais e arranha-céus, Oscar Niemeyer, ateu comprometido e comunista (ingressou no Partido Comunista Brasileiro em 1945 e desligou-se, junto com Carlos Prestes, em 1990), também é o arquiteto responsável pela Passarela do Samba – construída em 4 meses (1983) – mais conhecida como Sambódromo, local construído especialmente para abrigar, durante o carnaval, os desfiles anuais das escolas de samba da cidade do Rio de Janeiro. Durante o restante do ano, sob as suas arquibancadas, funcionam os CIEPS (Centros Integrados de Educação Pública – principal estratégia da política educacional no mandato do governador Leonel Brizola). Ver: PAGE, Joseph A. *The Brazilians*. New York: Perseus Books, 1995, pp. 466-467; CAVALCANTI, Lauro. *When Brazil Was Modern: A Guide to Architecture, 1928-1960*. New York: Princeton Architectural Press, 2003, pp. pp.382-383; Fundação Oscar Niemeyer, em: <http://www.niemeyer.org.br/>



<sup>88</sup> Na opinião de Lúcio Costa: (1) *"Fruto embora de um ato deliberado de vontade e comando, Brasília não é um gesto gratuito de vaidade pessoal ou política, à moda da Renascença, mas o coroamento de um grande esforço coletivo em vista ao desenvolvimento nacional - siderurgia, petróleo, barragens, auto-estradas, indústria automobilística, construção naval; corresponde assim à chave de uma abóbada e, pela singularidade da sua concepção urbanística e da sua expressão arquitetônica, testemunha a maturidade intelectual do povo que a concebeu, povo então empenhado na construção de um novo Brasil, voltado para o futuro e já senhor de seu destino. Assim, a mil metros de altitude e a mil quilômetros do Rio de Janeiro, os brasileiros, não obstante a fama de comodistas e indolentes, construíram, em três anos, a sua nova capital. E se foi construída em tão pouco tempo, foi precisamente para assegurar-lhe a irreversibilidade apesar das mudanças de administração e de governo. E de fato já resistiu, nos seus sete anos de existência, a quatro novos presidentes e vários prefeitos, e a acontecimentos de ordem política e militar imprevisos, prova de sua boa constituição. Mas é natural que Brasília tenha os seus problemas, que são em verdade as contradições e os problemas do próprio país ainda em vias de desenvolvimento não integrado, onde a tradição recente de uma economia agrária escravagista e uma industrialização tardia não planejada deixaram a marca tenaz do pauperismo. A simples mudança da capital não poderia resolver estas contradições fundamentais, tanto mais que poderosos interesses adquiridos beneficiam-se desse status-quo de 'anomalia crônica' que, na periferia da cidade, já readquiriu os seus direitos.* (2) *Digam o que quiserem, Brasília é um milagre. Quando lá fui pela primeira vez, aquilo tudo era deserto a perder de vista. Havia apenas uma trilha vermelha e reta descendo do alto do cruzeiro até o Alvorada, que começava a aflorar das fundações, perdido na distância. Apenas o cerrado, o céu imenso, e uma idéia saía da minha cabeça. O céu, continua, mas a idéia brotou do chão como que por encanto e a cidade agora se espraia e adensa. E pensar que tudo aquilo, apesar da maquinária empregada, foi feito com as mãos - infra-estrutura, gramados, vias, viadutos, edificações, tudo a mão. Mãos brancas, mãos pardas; mãos dessa massa sofrida - mas não ressentida que é o baldrame desta Nação. (...) O que ocorre em Brasília e fere nossa sensibilidade é essa coisa sem remédio, porque é o próprio Brasil. É a coexistência, lado a lado, da arquitetura e da anti-arquitetura, que se alastra; da inteligência e da anti-inteligência, que não pára; é o apuro parede-meia com a vulgaridade, o desenvolvimento atolado no subdesenvolvimento; são as facilidades e o relativo bem estar de uma parte, e as dificuldades e o crônico mal estar da parte maior. Se em Brasília esse contraste avulta é porque o primeiro élan visou além - algo maior.* (3) *Sou solidário com as aspirações do povo, mas nosso relacionamento é cerimonioso.* (Costa, Lúcio. *Lúcio Costa: registro de uma vivência*. São Paulo: Empresa das Artes, 1995, respectivamente pp.301[1], 323[2] e 276[3]).

<sup>89</sup> BOBBIO, Norberto. *L' Utopia Capovolta*, Torino: La Stampa, 1995, p.78 – tradução de Carlos André Migliorini. Texto original: *"Palazzo e piazza sono due espressioni polemiche per designare, rispettivamente, i governanti e i governati, soprattutto il loro rapporto d'incomprensione reciproca, di estraneità, di rivalità, ancora oggi come nel brano sopracitato di Guicciardini. E si richiamano a vicenda, negativamente: vista dal palazzo la piazza è il luogo della libertà licenziosa; visto della piazza il palazzo è il luogo dell'arbitrio del potere. Se cade l'uno è destinato a cadere anche l'altro."*

<sup>90</sup> "O projeto luminotécnico de Peter Gasper e equipe permitiu um novo olhar sobre a conhecida arquitetura dos prédios desenhados por Oscar Niemeyer, no final da década de 1950, para a praça dos Três Poderes, em Brasília. Implantada em 2005, a proposta previu a utilização apenas de lâmpadas de vapor metálico, em projetores de foco variável e refletores de focos simétrico e assimétrico. Localizada no início do Eixo Monumental, em Brasília, a praça dos Três Poderes reúne, entre outras construções significativas, o Palácio do Planalto (sede da Presidência da República) e os edifícios do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal. Mundialmente conhecido, o conjunto arquitetônico ali situado recebeu, ao longo de 2005, projeto de luminotécnica desenvolvido por Peter Gasper. Mais que um especialista de perfil técnico-científico, Gasper é um artista da luz - ou diretor de iluminação, como ele mesmo prefere -, que usa e abusa de efeitos. Suas criações costumam proporcionar leituras inéditas de obras conhecidas, e a mais importante praça da capital federal não fugiu a esse padrão. Ao mesmo tempo que realça as linhas dos edifícios de Niemeyer, a luz dramatiza-as, como num espetáculo teatral. Gasper já disse que a iluminação é responsável pela criação da cena arquitetônica e que iluminar é tão importante quanto deixar de fazê-lo. Para ele, se o arquiteto recorre a cheios e vazios e contrapõe claros e escuros, a luminotécnica também pode brincar com esses recursos. Até 2004, lâmpadas e equipamentos obsoletos mais escondiam que mostravam os edifícios da praça. A visão noturna engolia a pujança arquitetônica. Para revitalizar o conjunto, a Companhia Energética de Brasília

---

decidiu-se por um novo projeto luminotécnico, encomendado a Peter Gasper. O diretor de iluminação e sua equipe recorreram apenas às lâmpadas de vapor metálico, tipo utilizado para criar efeitos visuais, por causa da facilidade em dar uniformidade de cor sobre o fundo existente. Para conseguir os efeitos pretendidos, foram especificados projetores de foco variável e refletores de focos simétrico e assimétrico, com lâmpadas de 150 watts e temperatura de cor de 4 mil kelvins, com filtro cromático boosterblue de 1.500 graus. A elevada temperatura de cor se deve, de acordo com a equipe de Gasper, ao realce pretendido para o mármore branco que reveste a maior parte das edificações iluminadas e, nas palmeiras existentes, à fidelidade de reprodução que dá ao tom verde das copas. Alguns dos prédios ali existentes receberam equipamentos importados da Bélgica. No edifício do Senado foram aplicados 140 projetores de três espécies distintas, equipados com lâmpadas bipinos de 150 watts. Já no plenário da Câmara dos Deputados, a equipe de Gasper fez a iluminação com 70 projetores iguais, com foco assimétrico e vidro azul daylight - as lâmpadas são também bipinos de 150 watts. O fórum do Supremo Tribunal Federal, por sua vez, recebeu 136 refletores terra de dois tipos, todos com filtro azul daylight instalados internamente. Ficha Técnica do projeto de iluminação Edifícios na praça dos Três Poderes: local, Brasília, DF. Início 2005 / Conclusão da obra 2005; luminotécnica: Peter Gasper Associados - Peter Gasper (criação e coordenação); Alessandro Wittitz e Rodrigo Cruz (desenvolvimento).” (MELENDEZ, Adilson. *Cena Arquitetônica Nos Três Poderes Ganha Luzes Teatrais*, em: *PROJETODESIGN*, novembro 2005). N.B.: Peter Gasper é cenógrafo de cinema, TV e teatro. Ele nasceu na Alemanha e vive no Brasil desde os 11 anos. Dirigiu o departamento de Iluminação da Globo. É o autor do projeto de iluminação do Sambódromo no Rio de Janeiro, implantado em 2002. Atualmente é consultor de Lighting Design na Peter Gasper e Associados. Cf.: PINHO, Débora. *Deu Samba. Globo é proibida de usar projeto de iluminação no carnaval*. (20 de fevereiro 2004) Revista Consultor Jurídico, 2004 [acesso em: 13 junho 2006] disponível em: <http://conjur.estadiao.com.br/static/text/518,1>

<sup>91</sup> BALANDIER, Georges. op. cit., pp. 10-11.

<sup>92</sup> COSTA, Lúcio. op. cit. pp., 299 e 303.

<sup>93</sup> CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 5 DE OUTUBRO DE 1988. 24ª. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2005, p.15.

<sup>94</sup> Créditos das fotografias: (esquerda) Colombo Cine-Foto Produções. Ltda; (direita) Augusto Areal.

<sup>95</sup> COSTA, Lúcio. op. cit., p.289. NB.: no Plano Piloto de Brasília, tanto os ministérios militares, quanto a Catedral metropolitana estão situados em praças autônomas. Essa característica comum não é mera coincidência arquitetônica, é também a forma de uma persistência política e cultural, a Memória viva da força das armas e do mistério metafísico, imanência e transcendência, a manifestação dos poderes absolutos mais temidos pelos homens e, curiosamente, criados por eles próprios: a guerra e Deus.

<sup>96</sup> Trecho de depoimento de Oscar Niemeyer em: SOUZA, Abelardo de. *Arquitetura no Brasil: Depoimentos*. São Paulo: Diadorim / Ed. da Universidade de São Paulo, 1978, p.69.

<sup>97</sup> NIEMEYER, Oscar. *Diálogo Pré-Socrático com Claudio M. Valentinetti*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1998, p.52.

<sup>98</sup> COSTA, Lúcio. op.cit., p.284. A propósito das palavras “o próprio sinal da cruz” mencionadas por Lúcio Costa, vale aqui ressaltar o seu ponto de vista com relação a religiosidade: “Há tradicionalmente a tendência a considerar a religiosidade inerente à condição humana, daí as várias modalidades de religião. Eu me considero uma pessoa sensível, razoavelmente inteligente e lúcida, e não tenho - nunca tive - o menor vislumbre de religiosidade, embora reconhecendo, como arquiteto, a perda abismal que teria sido a inexistência histórica dessa ilusão. Sou, por conseguinte, uma prova ambulante de que a religiosidade não é *inerente* ao homem, mas simples decorrência da insatisfação de ser ele apenas, e nada mais, o remate da Evolução. Evolução em que o ser humano nada tem a ver com o símio. Trata-se, evidentemente, de outra coisa, de outra *linha de montagem*, baseada desde a sua mais remota origem no estado de *lucidez e de consciência*.” (COSTA, Lúcio. op. cit., p.596).

---

<sup>99</sup> SENANCOUR, Étienne Pivert de. *Obermann*. Paris: Fasquelle, 1901, p. 248. *apud* - BENJAMIN, Walter. *Passagens*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2006. p.352, nota 30: “*Esta frase foi escolhida por Benjamin como epígrafe de “Das Paris des Second Empire in Baudelaire” (A Paris do Segundo Império em Baudelaire), a parte central do planejado livro sobre Baudelaire.*”

<sup>100</sup> PESSOA, Fernando. *Livro Do Desassossego: Composto Por Bernardo Soares, Ajudante De Guarda-Livros Na Cidade De Lisboa; Organização Richard Zenith*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, pp.85-86.

<sup>101</sup> Sobre o arranjo da fachada da Catedral da Sé: “*A fachada principal compõe-se de um frontão central decorado. As duas torres laterais atingirão a altura de 97 metros, o que permite serem vistas de qualquer dos pontos da cidade de São Paulo. É todo um conjunto maciço, de proporções grandiosas. As quatro estátuas do lado esquerdo do portal são, as do quatro profetas, Isaías, Jeremias, Ezequiel e Daniel. No meio está São João Batista e, do outro lado, os evangelistas: São Mateus, São Marcos, São Lucas e São João. Ainda se encontram eternizadas na fachada nobre as figuras de Santo Anastácio, São Cirilo, São Gregório Nazianzeno, São João Crisóstomo, Santo Ambrósio, São Jerônimo, Santo Agostinho e São Gregório Magno.*” ARROYO, Leonardo. IV Centenário de São Paulo. Editora Abril, 1954. Website disponível em: <http://www.abril.com.br/especial450/materias/catedral/index.html>

<sup>102</sup> “*Em 1913, deu-se início à construção da Catedral como é hoje, elaborada pelo alemão Maximilian Emil Hehl, professor de Arquitetura da Escola Politécnica. O templo foi inaugurado em 25 de janeiro de 1954, na comemoração do 4º Centenário da cidade de São Paulo, ainda sem as duas torres principais. A primeira versão da Igreja foi instalada ali em 1591, quando o cacique Tibiriçá escolheu o terreno onde seria o primeiro templo da cidade construído em taipa de pilão (parede feita de barro e palha socados estruturados em toras). Em 1745, a “velha Sé”, como era chamada, foi elevada à categoria de Catedral. Por isso, neste mesmo ano, inicia-se a edificação da segunda matriz da Sé no mesmo local da anterior. Ao lado dela, em meados do século XIII levanta-se a Igreja de São Pedro da Pedra. Em 1911, os dois templos foram demolidos para dar espaço ao alargamento da Praça da Sé e, finalmente, à versão atual da Catedral. O monumento também teve a sua importância na vida política recente do país. Em tempos de despotismo militar, assumiu o arcebispo D. Agnelo Rossi (1964-1970), inaugurando a fase da teologia da libertação e da opção preferencial pelos pobres. Desde 1970, sobressaiu-se a figura do cardeal arcebispo D. Paulo Evaristo Arns, que dedicou todo o seu tempo e o seu esforço ao combate à ditadura militar, denunciando os crimes, as torturas e cedendo a Sé catedral para as manifestações políticas e ecumênicas pelos desaparecidos políticos e pela anistia. Mobilizou-se por ocasião dos assassinatos do jornalista Vladimir Herzog e do operário Manuel Fiel Filho. Um dos cinco maiores templos góticos do mundo, a catedral foi reaberta em 2002, depois de três anos de reformas”. O evento de reinauguração aconteceu no dia 29 de setembro de 2002, e contou com a realização de uma missa celebrada pelo cardeal-arcebispo dom Cláudio Hummes, além de um concerto de sinos, sob comando do carrilhador holandês Gerard Waarad. Mais de 5.000 pessoas assistiram à missa, e segundo a Polícia Militar, mais de 10.000 pessoas circularam pela área do templo. Fontes: Arquidiocese de São Paulo, Brasil – [http://www.arquidiocesedesapaulo.org.br/catedral\\_da\\_se.htm](http://www.arquidiocesedesapaulo.org.br/catedral_da_se.htm) / LEITE, Fabiana. *Catedral da Sé – 5.000 Assistem a missa de reinauguração*, em: Folha de São Paulo, 30 de setembro de 2002, caderno Cotidiano.*

<sup>103</sup> BÍBLIA SAGRADA. *Evangelho Segundo São Marcos – Discussão com os fariseus (7:14-23)*, 52 ed. São Paulo: Edição Claretiana, 1986, pp.1330 e 1331.

<sup>104</sup> Veja no capítulo ‘Entrescripts’ desta dissertação, p.189, a página inicial do website de uma agência especializada em turismo espacial. Vide: <http://www.spaceadventures.com/>

<sup>105</sup> “*De acordo com a Organização Mundial do Turismo (WTO), 698 milhões de pessoas viajaram para um país estrangeiro em 2000, gastando mais de US\$ 478 bilhões. As receitas obtidas com o turismo internacional combinadas com as receitas do transporte de passageiros, atualmente chegam a mais de US\$ 575 bilhões, fazendo do turismo a fonte de renda número 1, na categoria exportação, a frente dos setores automotivo, químico, petrolífero e alimentício. (WTTC – World Travel and Trade Council, *apud.*, em:*

---

*Economic Impact of Tourism*, UNEP – United Nations Environment Programme, Production and Consumption Branch / Tourism – vide: <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm> - tradução: Carlos André Migliorini).

<sup>106</sup> Cf.: Almeida, M. J. de, *Cinema - A arte da memória*, Campinas: Autores Associados, 1999, p.25: “Como no cinema você olha para frente, a tela, o altar. No cinema, você senta, o seu olhar fixa-se na tela e as imagens farão, por você, os movimentos que seu corpo e seu olhar fariam se você tivesse que realmente movimentar-se para ver tudo o que o filme mostra: voar, penetrar no solo, chegar perto, distanciar-se, e assim por diante. As câmeras filmaram o que o diretor do filme quis, o projetor do cinema joga-as na tela, para você seguir o olhar do o filme como se fosse o seu.”

<sup>107</sup> Sobre a estratégia da igreja como “ponto de venda”, a escolha da localização, o design interior, etc. ver: Ballardini, Bruno. *Gesù Lava Più Bianco. Ovvero Come La Chiesa Inventò Il Marketing*. Roma: Minimum fax, 2000, pp. 49-67.

<sup>108</sup> “A origem, apesar de ser uma categoria totalmente histórica, não tem nada que ver com a gênese. O termo origem não designa o vir-a-ser daquilo que se origina, e sim algo que emerge do vir-a-ser e da extinção. A origem se localiza no fluxo do vir-a-ser como um torvelinho, e arrasta em sua corrente o material produzido pela gênese. O originário não se encontra nunca no mundo dos fatos brutos ou manifestos, e seu ritmo só se revela a uma visão dupla, que o reconhece, por um lado, como restauração e reprodução, e por outro lado, e por isso mesmo, como incompleto e inacabado. Em cada fenômeno de origem se determina a forma com a qual uma idéia se confronta com o mundo histórico, até que ela atinja a plenitude na totalidade de sua história. A origem, portanto, não se destaca dos fatos, mas se relaciona com a sua pré e pós-história.” (BENJAMIN, Walter. *Origem do Drama Barroco Alemão*, São Paulo: Editora Brasiliense, 1984, pp. 67-68).

<sup>109</sup> “Os deuses são deuses Porque não se pensam.” (Pessoa, Fernando. *Odes de Ricardo Reis*. 1 ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 2005, (1-7-1916).

<sup>110</sup> Veja o capítulo *Bernardino e seus Discípulos – Bastidores da Memória*, p. 63, desta dissertação.

<sup>111</sup> FRANCIS, Paulo. *Trinta anos esta noite – 1964 – O Que Vi E Vivi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p.185.

<sup>112</sup> <http://www.english.uiuc.edu/maps/holocaust/photoessay.htm>

<sup>113</sup> *A Bíblia de Jerusalém*, São Paulo, Edições Paulinas, 1992, Gn, 3:17-19.

<sup>114</sup> “Quem você pensa que pode mais, Deus ou o anjo? Mais Deus. Quem mais, o anjo ou a alma? Mais o anjo. Quem mais, a alma ou as constelações? Mais a alma. Quem mais, as constelações ou o corpo? Mais o corpo. Quem mais, a razão ou a sensualidade? Mais a razão. Quem mais, a santa Igreja com seus doutores, ou a sua opinião? - Mais a santa Igreja. - Então, fique com aquilo que a santa Igreja diz, acredita e tem, e deixe de lado a sua própria opinião.” BERNARDINO da Siena. *Prediche Volgari Sul Campo Di Siena 1427*. (org.) Carlo Delcorno. *Classici Italiani Per L'uomo Del Nostro Tempo*. Milano: Rusconi, 1989, p.125 – *apud* MORMANDO, Franco. *The Preacher'S Demons: Bernardino of Siena and the Social Underworld of Early Renaissance Italy*. Chicago: The University of Chicago Press, 1999, p.247, nota 59 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>115</sup> MORMANDO, Franco. *The Preacher'S Demons: Bernardino of Siena and the Social Underworld of Early Renaissance Italy*. Chicago: The University of Chicago Press, 1999. p.30 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>116</sup> Segmento dos leigos devotos de Santo Agostinho dentro da Ordem Dominicana.

<sup>117</sup> Sobre a “governança da anágua” ou “petticoat government”, ver: ORIGO, Iris. *The World of San Bernardino*: Harcourt, Brace & World, 1962, p.15.

---

<sup>118</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 31.

<sup>119</sup> Ibidem.

<sup>120</sup> Idem, p.32.

<sup>121</sup> Currículo escolar inicial, inspirado no esquema educacional da antiguidade, geralmente adotado na idade média e aperfeiçoado durante os séculos XII/XIII, que compreendia o estudo da gramática latina, retórica e lógica. Após o *trivium*, seguia-se o *quadrivium*, que compreendia o estudo da aritmética, geometria, música e astronomia, completando assim a educação nas artes liberais.

<sup>122</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 34.

<sup>123</sup> N.B.: a mesma idade na qual falecera sua mãe.

<sup>124</sup> BERNARDINO da Siena. Op. cit. p.788-90.

<sup>125</sup> “*Vidit se in quodam esse magno agro inculto, in quo excelsa turris, atque in turri fenestra, per quam flamma ingens exibat, in medioque flammae femina quaedam, resolutis crinibus pansisque manibus, sublata alte et ter repetita voce Franciscam inclamabat.*” Vegio, Maffeo. *Vita Sancti Bernardini Senensis*, 2:14, 121D.

<sup>126</sup> “*(...) ut ager, mundus; turris, Deus; ignis, Spiritus sanctus; femina Religio seu Ecclesia intelligeretur.*” Ibidem, 2:14, 121D. Sobre esta interpretação Franco Mormando comenta: “*Psicólogos modernos, eu ousaria dizer, teriam outras interpretações.*” MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 36 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>127</sup> “*... depois da morte de Olivi, ele foi acusado de heresia – heresia mortal – e seus ossos foram exumados e espalhados em todas as direções. Naturalmente, São Bernardino, com a sua autoridade na igreja italiana, não citaria um homem que foi acusado de heresia e teve seus ossos exumados e as suas cinzas esparramadas aos quatro ventos.*” (ROBBINS, Lionel. *A History of Economic Thought (the Lse Lectures)*. New Jersey, US: Princeton University Press, 1998, p.30 – trad. Carlos André Migliorini).

<sup>128</sup> Filósofo e teólogo escolástico inglês nascido, aproximadamente em 1170, na cidade de Hales Gloucestershire - Inglaterra. Chamado de *Doctor Irrefragabilis* and *Theologorum Monarcha*, entrou na Ordem Franciscana em 1222 e lecionou na Universidade de Paris. Sua *Summa Universae Theologiae* foi a primeira exposição sistemática da doutrina cristã a utilizar Aristóteles como autoridade primordial. Seu trabalho eclético também contém elementos de neoplatonismo, doutrina augustiniana e idéias arábicas. Alexandre sustenta que todas as coisas criadas, espirituais ou materiais, são constituídas por forma e conteúdo. Suas idéias tiveram grande influência sobre o pensamento de São Tomás de Aquino. Morreu em 1245, na cidade de Paris. (The Columbia Electronic Encyclopedia. Columbia University Press, 2005, 20 Nov. 2006; <http://columbia.thefreedictionary.com/Alexander+of+Hales> )

<sup>129</sup> PACETTI, Dionisio. *La libreria di San Bernardino da Siena e le sue vicende attraverso cinque secoli*. Studi Francescani 62, 1965, 3-43 – *apud*. MORMANDO, Franco. Op. cit. p.37, nota 125.

<sup>130</sup> BERNARDINO da Siena. Op. cit. p.9.

<sup>131</sup> “*A época em que Bernardino viveu coincide com o período no qual o retratismo realista prosperou como um gênero distinto, não só nas artes em geral, mas também nas artes de alto nível. Isto pode explicar por que Bernardino teve o privilégio de ter sido o primeiro santo na história da Igreja a ter tido um retrato artístico indiscutivelmente autêntico. Muitos de seus primeiros retratos eram supostamente feitos com base em sua máscara mortuária, ou eram feitos com base em outros retratos que já tinham feito uso da máscara.*” MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 255, nota 136 – trad. Carlos André Migliorini. N.B.: a não ser pelo semblante jovial – que foge à representação geralmente idosa com o corte de cabelo à moda franciscana –, El

---

Greco seguiu a figuração tradicional de São Bernardino: vestes franciscanas, o trigrama 'IHS - Iesus Hominum Salvator' criado por ele próprio na mão direita, a Sagrada Escritura na mão esquerda e aos seus pés as três mitras.

<sup>132</sup> Vegio, Maffeo. *Vita Sancti Bernardini Senensis*, 4:28, 125F / 126 A. – *apud*: MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 28, nota 88.

<sup>133</sup> BERNARDINO da Siena. Op. cit. p.804. – *apud*: MORMANDO, Franco. Op. cit. p.28.

<sup>134</sup> Aqui estão algumas das tipificações: o encorajamento à idolatria, magia e heresia hussita, destruição da reverência pela Eucaristia e pela Cruz, auto-moralidade intolerante e *iudaica pravitate*, este último, referente ao tetragrama hebraico "YHWH" (Javé, Jeová, Deus de Israel), frequentemente utilizado como palavra mágica. Cf.: MORMANDO, Franco. Op. cit. pp. 19-21,54,-87-89; e BOLZONI, Lina. *La Rete delle Immagini. Predicazione in Volgare dalle Origini a Bernardino da Siena*. Torino: Giulio Einaudi Editore, 2002, p.208.

<sup>135</sup> IHS, é um monograma (trigrama) para o nome de Jesus, formado pela abreviação da palavra correspondente em grego IHΣΟΥΣ. Pode ser encontrado, por exemplo, no texto bíblico em latim de Lucas 6:3, no Codex Bezae. A segunda letra "H" é na verdade a letra grega "η" e não a latina "h". Muitas vezes a abreviação foi erroneamente expandida para "Ihesus". Através do tempo e da história outras tentativas de explicação das três letras, juntas ou separadas, se tornaram muito comuns. Já foram compreendidas como: Iesus Hominum Salvator (Jesus Salvador dos Homens), ou, In Hoc Signo [vinces] (Neste Sinal a Vitória), em referência a Cruz do sonho-visão tido pelo imperador romano Constantino (unificador do império e primeiro imperador cristão) antes de uma batalha decisiva. Na idade média o IHS foi largamente utilizado entre os franciscanos e mais tarde tornou-se popular entre os jesuítas, que algumas vezes o interpretaram como Jesum Habemus Socium (Temos Jesus como Nosso Companheiro). *The Oxford Dictionary of the Christian Church*. (org.) Cross, F. L. e Livingstone, E. A. Oxford University Press, 2005 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>136</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p.88 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>137</sup> Cf.: Idem, pp. 10, 12, 15.

<sup>138</sup> A respeito das fogueiras, não só como método de apenamento capital para condenados de heresia, mas como aparato espetacular (*fogueira das vaidades*) utilizado por Bernardino em seus sermões públicos, bem como, a respeito de suas idéias sobre a ameaça onipresente dos hereges, ver: MORMANDO, Franco. Op. cit. Capítulo 2, *Let's send up to the Lord God some of the same incense*, pp.52-107.

<sup>139</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p.6 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>140</sup> Ibidem.

<sup>141</sup> HOWELL, Ferres. *S. Bernardino of Siena*, pp. 211-13; HUTTON, Edward. *The Franciscans in England, 1224-1538*, London: Constable, 1926, pp. 228-29; PICCOLOMINI, Enea Silvio. *De viris illustribus*, 39. – *apud*. MORMANDO, Franco. Op. cit. p.38, notas 131-32.

<sup>142</sup> DELCORNO, Carlo. *Due prediche in volgari di Jacopo della Marca*, 201– *apud* MORMANDO, Franco. Op. cit. p.39.

<sup>143</sup> "...ninguém pode ser salvo fora da única fé católica..." (San Bernardino da Siena. *Opera Omnia*. 9 vols. Quaracchi: Collegio San Boaventura, 1950-65, pp. 380-91 – *apud* MORMANDO, Franco. Op. cit. p.246, nota 52) – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>144</sup> N.B.: Santo Agostinho e São Paulo Apóstolo são dois teóricos, importantes personagens da Igreja Católica, frequentemente associados às doutrinas sobre o direito divino dos reis.



<sup>145</sup> NB.: podemos considerar que a Igreja Católica Apostólica Romana, foi a primeira empresa a operar com êxito o modelo transnacional adotado atualmente pelas corporações capitalistas globalizadas.

<sup>146</sup> Aluno de Santo Alberto Magno, São Tomas de Aquino (1224-5/1274), um frade mendicante da Ordem Dominicana, desenvolveu minuciosamente o conceito da união das antagonias para a glória de Deus e da Igreja que em reconhecimento agraciou-o, não por acaso, com o título de "*Doctor Universalis*". Sobre a persistência deste pensamento até os dias de hoje, ver: *Fides et Ratio*, Encíclica do Papa João Paulo II - aos Bispos da Igreja Católica, sobre as relações entre Fé e Razão (14/09/1998); particularmente o Capítulo IV – *A relação entre a fé e a razão – (2 ) A novidade perene do pensamento de S. Tomás de Aquino* – disponível em: [http://www.vatican.va/edocs/POR0064/\\_PA.HTM](http://www.vatican.va/edocs/POR0064/_PA.HTM)

<sup>147</sup> “Eu sou o Alfa e o Ômega, o princípio e o fim, diz o Senhor Deus, aquele que é, que era e que vem, o Dominador.” (Apocalipse 1,8) *Biblia Sacra Vulgata*. (org.) R.Weber. New York: American Bible Society, 1990).

<sup>148</sup> O pensamento econômico de São Bernardino de Siena sobre os conceitos de mercado, usura, preço e valor, superioridade do privado sobre o público, Ética nos negócios, condenação das fraudes, práticas desonestas, qualidades do "bom administrador", troca, condenação infernal ao monopólio de preço, salários, entre outros, pode ser encontrado numa série de 14 sermões (*De contractibus et usuris*) agrupados numa compilação chamada *De Evangelio Aeterno*. Cf.: ROBBINS, Lionel. *A History of Economic Thought (the Lse Lectures)*. New Jersey, US: Priceton University Press, 1998, pp.26-31; e DE ROOVER, R. *San Bernardino of Siena and Sant'Antonio of Florence: The Two Great Economic Thinkers of the Middle Ages*, Boston: Baker Library, Harvard Graduate School of Business Administration, 1967.

<sup>149</sup> Importante lembrar aqui, as palavras de Walter Benjamin: “A origem, apesar de ser uma categoria totalmente histórica, não tem nada que ver com a gênese. O termo origem não designa o vir-a-ser daquilo que se origina, e sim algo que emerge do vir-a-ser e da extinção. A origem se localiza no fluxo do vir-a-ser como um torvelinho, e arrasta em sua corrente o material produzido pela gênese. O originário não se encontra nunca no mundo dos fatos brutos ou manifestos, e seu ritmo só se revela a uma visão dupla, que o reconhece, por um lado, como restauração e reprodução, e por outro lado, e por isso mesmo, como incompleto e inacabado. Em cada fenômeno de origem se determina a forma com a qual uma idéia se confronta com o mundo histórico, até que ela atinja a plenitude na totalidade de sua história. A origem, portanto, não se destaca dos fatos, mas se relaciona com a sua pré e pós-história.” (BENJAMIN, Walter. *Origem do Drama Barroco Alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984, pp.67-68).

<sup>150</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p.28

<sup>151</sup> Ibidem.

<sup>152</sup> Cf.: BOLZONI, Lina. Op. cit. p.210; e MORMANDO, Franco. Op. cit. p.1

<sup>153</sup> BERNARDINO da Siena. Op. cit. p.149 – apud MORMANDO, Franco. Op. cit. p.242, nota 9 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>154</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. pp.21-22.

<sup>155</sup> Esta imagem e tantas outras representações imagísticas da "inclusão" dos nigerianos na ordem mundial da globalização, também podem ser vistas no documentário "Lagos/Koolhaas" de Bregtje van der Haak, 55min. Holanda, 2002.

<sup>156</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p.4 – trad. Carlos André Migliorini.

<sup>157</sup> Idem, pp. 47-48



<sup>158</sup> DOMENACH, Jean-Marie. *A Propaganda Política*. Saber Atual, São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1963, pp. 20,23,24.

<sup>159</sup> “*quippe cui ita vox lenis, clara, sonora, distincta, explicata, solida, penetrans, plena, redundans, elevata, atque efficax erat*” VEGIO, Maffeo. *Vita sancti Bernardini senesis*, 3:18.122F em: *Acta Sanctorum*, Paris e Roma: V. Palme, 1866 (os materiais de Bernardino estão localizados no *Maii tomus V, die vigesima.*) – *apud* MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 241, nota 3.

<sup>160</sup> “Venite a udire el predicatore, due o ter ore che vi diletta!” San Bernardino da Siena. *Le prediche volgari* – Firenze 1424, org. Ciro Cannarozzi, 2 vols., Pistoia: Pacinotti, 1934, p. 451 – *apud* MORMANDO, Franco. Op. cit. p. 241, nota 3.

<sup>161</sup> Pulcinella, em italiano, significa o nome de uma tradicional personagem da 'commedia dell'arte', caracterizada por seu nariz recurvo e por sua dupla corcunda; representa um anônimo preguiçoso e espertalhão, que às vezes demonstra sabedoria. Veste uma longa camisola branca, um chapéu cônico branco e uma máscara negra. Ver: BOLZONI, Lina. Op. cit. p.156.

<sup>162</sup> “El cantare de’ paladini el di’ delle feste comandate, e massimamente la quaresima, è peccato mortale a chi canta e a chi lo sta a udire, e simile a chi li dà aiuto o favore niuno, e chi può fare che non canti e no lo fa, a tutti è peccato mortale.” BOLZONI, Lina. Op. cit. p.156.

<sup>163</sup> Método de convencer mediante argumentos falsos. *Bourrage de Crâne* é uma expressão inventada por soldados em 1914 para criticar a falsa propaganda vinda da retaguarda. O termo foi popularizado pelo jornalista Albert London que denunciava as práticas de propaganda em suas reportagens durante a Primeira Guerra Mundial.

<sup>164</sup> DOMENACH, Jean-Marie. Op. cit., p.22.

<sup>165</sup> “...*docere necessitatis est, delectare suavitatis, flectere victoriae.*” (Augustine, Saint. *De Doctrina Christiana*. Oxford Early Christian Texts. Oxford: Oxford University Press, 1995, p.228). NB.: sobre essa epígrafe, William Harmless, em sua obra que examina o trabalho de Santo Agostinho como catequista, professor de candidatos ao batismo, comenta: “Agostinho aqui cita Cicero (Orator, XXI-69), mas com uma diferença: onde Cicero diz 'probare' (provar), Agostinho utiliza 'docere' (ensinar). Essa diferença vem de seus respectivos ambientes: Cicero está se referindo a um orador diante de um tribunal de justiça e Agostinho tem um contexto eclesiástico em mente.” (HARMLESS, William. *Augustine and the Catechumenate*. Collegeville, Minnesota: The Liturgical Press, 1995, nota 86, p.176); Cf.: MORMANDO, Franco. Op. cit., p. 8.

<sup>166</sup> “Deixe-nos agora apavorar os aristocratas de um modo que eles não somente ficarão com medo de nos atacar, mas nem mesmo ousarão tentar nos ludibriar.” (SCURR, Ruth. *Fatal Purity: Robespierre and the French Revolution*. New York: Metropolitan Books, 2006, p.326 – trad. Carlos André Migliorini). Pesamento de Maximilien Robespierre, líder extremista dos jacobinos, grupo político radical dominante durante a Revolução Francesa. O jacobinismo sustentou o chamado “Reino do Terror”, um período de brutal repressão que durou de 5 de setembro de 1793 até 28 de julho de 1794, quando foram guilhotinados como traidores, centenas de jacobinos, entre eles o próprio Robespierre que anteriormente havia escrito, conforme relata E.B. Courtois em seu relatório feito depois de examinar os papéis encontrados de Robespierre e seus cúmplices: “É muito mais fácil matar um homem que matar a verdade.” (E. B. Courtois, *Rapport fait au nom de la commission chargée de l'examen des papiers trouvés chez Robespierre et ses complices*, 1795, p.27 – *apud* JORDAN, David P. *The Revolutionary Career of Maximilien Robespierre*. Chicago: University Of Chicago Press, 1989).

<sup>167</sup> Cf.: TYE, Larry. *The Father of Spin – Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*. New York: Owl Books, 2002, pp.227-49. Segundo o próprio Edward Bernays: “Relações Públicas é a tentativa de engendrar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição, através da informação, da persuasão e do acordo.” (BERNAYS, Edward L. *The Engineering of Consent*. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1955, pp.3-4).

---

<sup>168</sup> “Nova Propaganda” é uma expressão criada pelo próprio Edward L. Bernays e serve de nome para um capítulo de seu livro “Propaganda” de 1928. O termo “propaganda” foi utilizado pela primeira vez na instituição da *Congregatio de Propaganda Fide* – Congregação para Propagação da Fé, criada pelo papa Gregório XV em 1622; posteriormente em 1627 o papa Urbano VIII criou o *Collegio Propaganda Fide*, instituição de ensino destinada à formação de padres missionários. Seu edifício, localizado em Roma, próximo a Piazza di Spagna, teve a fachada principal projetada por Gian Lorenzo Bernini. Atualmente, a Piazza di Spagna serve de cenário para os desfiles das grandes grifes da indústria da moda. O edifício *Palazzo Collegio di Propaganda Fide* permanece abrigando suas atividades originais para as quais foi construído, entretanto, parte do piso térreo foi convertido em lojas comerciais.

<sup>169</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, pp.19-20.

<sup>170</sup> Ernest Jones viria a se tornar biógrafo de Freud. Otto Rank, discípulo e colega de Freud, se tornaria posteriormente um de seus críticos mais contundentes.

<sup>171</sup> Revista semanal norte-americana, publicada desde 1905, especializada em notícias do show-business, resenhas de filmes e eventos da indústria do entretenimento.

<sup>172</sup> TYE, Larry. Op.cit., pp. 188-89.

<sup>173</sup> Idem. Op. cit., p. 197.

<sup>174</sup> Ibidem.

<sup>175</sup> Ibidem. A memória da relação entre Freud e Bernays, sua força e persistência podem ser encontradas vivas, ainda hoje, na existência da Freud Communications, importante empresa de relações públicas fundada por Matthew Freud (bisneto de Sigmund Freud) e integrante da gigante francesa Publicis Groupe: a 4ª. maior empresa de comunicações do mundo. Ver: <http://www.freud.com>

<sup>176</sup> FREUD, Sigmund. *Psicologia de Grupo e Análise do Ego* (1921). 1 ed. Vol. XVIII, Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1975; o título do original desta obra é *Massenpsychologie und Ich-analyse* – os tradutores da edição brasileira optaram pela utilização do termo ‘grupo’ para designar ‘massa’, que seria um termo mais próximo do alemão ‘massen’ no original. Os tradutores da versão espanhola optaram pelo título *Psicologia de las masas y análisis del yo*. Outras obras importantes de Sigmund Freud para o entendimento da memória psicológica da dominação e as raízes do totalitarismo, segundo a psicanálise, são: FREUD, Sigmund. *Totem e Tabu*. 1 ed. Vol. XIII, Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1974; e FREUD, Sigmund. *Moisés e o Monoteísmo – Três Ensaio*s. 1 ed. Vol. XXIII, Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

<sup>177</sup> LE BON, Gustave. *Psicologia das Multidões*. 5 ed, Biblioteca de Filosofia Científica. Rio de Janeiro: F. Briguiet & Cia., 1954, pp. VI, VII, VIII e XI.

<sup>178</sup> Waldberg indicou para o tema do doutorado o obscuro teatrólogo Wilhelm von Schütz (1776-1847). Mais tarde, Goebbels teria acesso aos registros de seu doutorado para inferir que a sua dissertação se preocupava mais com a tendência política durante o início do período Romântico. Em 1943, quando a universidade renovou cerimonialmente sua titulação como doutor, Goebbels omitiu discretamente das festividades o nome de seu orientador. (IRVING, David. *Goebbels. Mastermind of the Third Reich*. London: Parforce, 1999, pp.45-46).

<sup>179</sup> Título dado aos chefes regionais do Partido Nazista.

<sup>180</sup> BERNAYS, Edward L. *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*. New York: Simon and Schuster, 1965, p. 652.

---

<sup>181</sup> O CPI – Comitê de Informação Pública, também era chamada de Comissão Creel, por associação com o nome de seu presidente George Creel. “CPI, o vasto aparato norte-americano de propaganda mobilizado em 1917 para embalar, anunciar e vender a guerra como aquela que ‘Tornaria o Mundo Seguro para a Democracia’ – ‘Make the World Safe for Democracy’. A CPI tornaria-se o modelo no qual estratégias de marketing e subsequentes guerras, até o presente, fossem esquematizadas.” EWEN, Stuart. *Pr! A Social History of Spin*. Basic Books, 1996, p.3).

<sup>182</sup> CHOMSKY, Noam. *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press, 2002, pp. 11-13.

<sup>183</sup> TYE, Larry. Op.cit., p. 17.

<sup>184</sup> N.B.: talvez Edward Bernays também tenha sido o pai do *Bourrage de Crâne*, método de propaganda visto anteriormente.

<sup>185</sup> TYE, Larry. Op.cit., pp. 18-19.

<sup>186</sup> “A good ad should be like a good sermon: it must not only comfort the afflicted – it also must afflict the comfortable.” (FITZ-GIBBON, Bernice. *Macy’S, Gimbels and Me: How to Earn \$90,000 a Year in Retail Advertising*. New York: Simon & Schuster, 1967. *apud* – TWITCHELL, James B. *Adcult USA - the Triumph of Advertising in American Culture*. New York: Columbia University Press, 1996. p.46).

<sup>187</sup> Por influência de seu pai Ely Bernays, Edward graduou-se a contragosto no Colégio de Agricultura da Universidade de Cornell em 1912. Logo após, iniciou sua carreira nas “comunicações”, ajudando seu amigo Fred Robison a gerir dois periódicos médicos. Esse início levou-o por caminhos inusitados até o contato com seu tio Sigmund Freud e suas teorias inovadoras sobre o inconsciente, e daí, a tornar-se agente de imprensa de espetáculos teatrais, de dança e canto lírico, antes que fosse engajado à U.S. Committee on Public Information (CPI). Cf.: TYE, Larry. Op.cit., pp. 3-18.

<sup>188</sup> Idem. p.22.

<sup>189</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, pp.9-10.

<sup>190</sup> “Assim como a água, o gás e a corrente elétrica vêm de longe às nossas casas satisfazer nossas necessidades, por meio de um esforço quase nulo, assim também seremos alimentados por imagens visuais e auditivas, nascendo e evanescendo ao mínimo gesto, quase a um sinal. (VALÉRY, Paul. *Pièces sur l’art, “Conquête de l’ubiquité”*, Paris, 1934, p.105 – *apud* BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*, em: *Teoria da Cultura De Massa*, (org.) Luiz Costa Lima, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, p.211.

<sup>191</sup> Texto: “Imagine a cara deles a hora que chegar o videocassete. Mesmo sem nunca ter visto televisão e muito menos propaganda de televisão, o povo de Lagoa do Barro, sertão do Piauí, sabe o que é bom: a primeira TV da comunidade é uma Philco-Hitachi. Tem coisas que só a Philco faz pra você.” N.B.: Imagine a cara deles a hora que chegar o dvd, a TV de plasma, de alta-definição, a digital, o salvador da pátria, o messias, o juízo final...e assim por diante.

<sup>192</sup> Aqui, entendendo ordenamento jurídico como um produto da indústria cultural.

<sup>193</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, p.31.

<sup>194</sup> Idem. p. 25.

<sup>195</sup> TYE, Larry. Op.cit., p.55.

<sup>196</sup> Edward Bernays possui uma longuíssima lista de "cases de marketing", nos quais modelou com incrível sucesso a vontade das massas, sejam estas de consumidores, cidadãos ou eleitores. Como exemplo, podemos citar: (1) "Bacon and Eggs": criado e desenvolvido para Beechnut Packing Company, onde foi o responsável pela campanha que alterou o hábito alimentar dos norte-americanos ao introduzir a dieta de ovos & bacon em seus cafês da manhã; (2) "Esculturas – Ivory Soap": criado e desenvolvido para Procter and Gamble, onde envolvendo o sistema escolar norte-americano num concurso de esculturas de sabão, conseguiu reduzir o índice da rejeição infantil ao produto, fazendo com que o sabão Ivory (marfim, em inglês) tivesse um grande incremento em suas vendas, ao ponto de se tornar "o sabão de todos os americanos"; (3) "Keep Coolidge!" (Mantenha Coolidge!): em 1924, Edward Bernays foi contratado pelos aliados de Calvin Coolidge, que era vice-presidente e havia ocupado a presidência em 3 de agosto de 1923 por ocasião da morte de seu antecessor Warren G. Harding, para melhorar a imagem do então candidato Coolidge, considerado insípido pelos formadores de opinião e pelo próprio eleitorado. Nesse caso, Edward Bernays levou 40 estrelas da Broadway diretamente para um evento na Casa Branca, fazendo com que a simpática imagem dos artistas, diluísse a antipática imagem de Coolidge. Resultado: os jornais estamparam manchetes "revelando a faceta descontraída do candidato". Três semanas mais tarde Coolidge obteve uma vitória esmagadora. Estava lançada a semente dos atuais showmícios. Ver: TYE, Larry. Op.cit., (1) pp.51-2; (2) pp.56-7 (3) pp. 77-9. Ver também: The Museum of Public Relations. *Beech-Nut Packing Company - Americans Need a Heavy Breakfast*, vídeo, 2min., 2006, em: [http://www.prmuseum.com/bernays/bernays\\_video\\_bacon.html](http://www.prmuseum.com/bernays/bernays_video_bacon.html) (&) *Procter&Gamble Ivory Soap Sculpture Competition*, vídeo, 3min., 2006, em: [http://www.prmuseum.com/bernays/bernays\\_video\\_ivory.html](http://www.prmuseum.com/bernays/bernays_video_ivory.html)

<sup>197</sup> *Apud* – BERNAYS, Edward L. *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*. New York: Simon and Schuster, 1965, p.386.

<sup>198</sup> CURTIS, Adam. *The Century of the Self*. Documentário, 240 min., United Kingdom: BBC Four, 2002.

<sup>199</sup> The Museum of Public Relations. *American Tobacco Company - Debutantes Light Torches of Freedom*, vídeo, 6min., 2006, em: [http://www.prmuseum.com/bernays/bernays\\_video\\_torches.html](http://www.prmuseum.com/bernays/bernays_video_torches.html)

<sup>200</sup> Idem.

<sup>201</sup> Ibidem.

<sup>202</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. pp. 7-21.

<sup>203</sup> BOLZONI, Lina. Op. cit. pp. 153-5.

<sup>204</sup> Veja a respeito do 'Evangélico Digital', no capítulo 'Entrescripts – Anexos', p. 188, desta dissertação.

<sup>205</sup> LOYOLA, Ignazio de. *The Spiritual Exercises*. New York: P.J. Kenedy & Sons, 1914. p.98.

<sup>206</sup> DOMENACH, Jean-Marie. Op. cit., p.21.

<sup>207</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. p.258, nota 160.

<sup>208</sup> CAILLAT, Gérald. *Opéra et IIIe Reich*. Documentário, 50min., France, 1997.

<sup>209</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, pp.22-23.

<sup>210</sup> "O que é a verdade?" Pergunta não respondida feita por Pôncios Pilatos a Jesus Cristo antes de sua condenação. Novo Testamento – João, 18:38. *Bíblia Sacra Vulgata*, (org.) R.Weber, *quartam emendatam* ed., New York: American Bible Society, 1990.

<sup>211</sup> "...it is not civilized to want other people to believe what you believe because the essence of being civilised is to possess yourself as you are, and if you possess yourself as you are you of course cannot possess any one

---

else, it is not your business.” (STEIN, Gertrude. *Paris France*. New York: W.W. Norton & Co., 1996, p.56 – trad. Carlos André Migliorini).

<sup>212</sup> Uma coalisão com o Partido Nacional do Povo Alemão (DNVP – *Deutschnationale Volkspartei*), levou o Partido Nazista Alemão (NSDAP – *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*) ao poder, em 30 de janeiro de 1933, com a posse de Adolf Hitler no cargo de Chanceler, indicado pelo então presidente Paul von Hindenburg. Com a morte de Hindenburg em 2 de agosto de 1934, Hitler passou a acumular os cargos de Chanceler e Chefe de Estado. Em 19 de agosto de 1934, um plebiscito ratificou o acúmulo de funções: com 90% dos votos, Hitler passou definitivamente a ser o líder supremo da Alemanha.

<sup>213</sup> GOEBBELS, Joseph. *A Luta e seus Meios* (Der Kampf und seine Mittel) – *apud*: MARCONDES Filho, C. *A Linguagem da Sedução - A conquista das consciências pela fantasia*. São Paulo: COM-ARTE. 1985. p.10-11).

<sup>214</sup> RODRIGUES, Alberto Tosi. *Diretas Já! O Grito Preso na Garganta*. São Paulo: Perseu Abramo, 2003, p.45.

<sup>215</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia: Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza*. São Paulo: Atica, 1989, pp.171-2.

<sup>216</sup> BERNAYS, Edward L. *The Engineering of Consent*. Annals of the American Academy of Political and Social Science 250, March 1947, pp. 133-20, *apud* – EWEN, Stuart. *Pr! A Social History of Spin*: Basic Books, 1996, pp.22-23.

<sup>217</sup> JUNG, Carl Gustav. *Obras Completas de C. G. Jung - Presente e Futuro*. Vol. X/1. Petrópolis: Vozes, 1988, p.12.

<sup>218</sup> A igreja Lakewood Church é na verdade uma arena esportiva convertida em santuário pelo escritório de arquitetura Morris Architects. Anteriormente o espaço era o Compaq Center, o estádio do time de basquete Houston Rockets. Embora a igreja tenha assentos de teatro ao invés de bancos de madeira, palco ao invés de altar, vídeos projetados no telão ao invés de vitrais, a expressão de sua grandiosidade, não está distante da vastidão das alturas das naves principais das igrejas medievais. Ver: RYBCZYNSKI, Witold. *An Anatomy of Megachurches: The new look for places of worship*. in: Slate Magazine, october, 10<sup>th</sup>, 2005. <http://www.slate.com/id/2127615/>; Ver também o website da Lakewood Church em: <http://www.lakewood.cc> Joel Osteen, o pastor principal da Lakewood Church também é escritor. Escreveu *Your Best Life Now: 7 Steps to Living at Your Full Potential* (Sua Vida Melhor Agora: & passos para viver em seu pleno potencial), Faithwords, 2004.

<sup>219</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, p.139.

<sup>220</sup> <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/> / <http://www.nationalgallery.org.uk>

<sup>221</sup> HITLER, Adolf. *Minha Luta*. São Paulo: Centauro Editora, 2001, p.5.

<sup>222</sup> BECKER, Sergio. *A Fantasia da Eleição Divina: Deus e o Homem*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 1999, pp. 13-15.

<sup>223</sup> O Escritório Central de Propaganda do Partido Nazista (Reichspropagandaleitung) produzia cartazes semanais, com diferentes frases e citações de autores caros aos interesses do regime, que eram exibidos nos escritórios do partido, em edifícios públicos, etc. Eles foram publicados em larga escala e fizeram parte do programa visual do III Reich. Seus designs eram frequentemente elaborados por artistas expoentes como Hoyer. Ver: <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/wochenspruch.htm>; e a página na internet do Prof. Dr. Bernd Sösemann da Universidade Livre de Berlim: [http://web.fu-berlin.de/akip/5\\_projekte/wochensprueche.html#2](http://web.fu-berlin.de/akip/5_projekte/wochensprueche.html#2)

<sup>224</sup> JUNG, Carl Gustav. Op. cit., pp.34-35.

- 
- <sup>225</sup> Idem, p.13.
- <sup>226</sup> <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/>
- <sup>227</sup> JUNG, Carl Gustav. Op. cit., p.30.
- <sup>228</sup> Idem, p.27.
- <sup>229</sup> COUTINHO, Eduardo. *Peões*. 85min. Brasil: Videofilmes, 2004.
- <sup>230</sup> JUNG, Carl Gustav. Op. cit., p.30.
- <sup>231</sup> GIRARDET, Raoul. *Mitos e Mitologias Políticas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, p.79.
- <sup>232</sup> Leia na íntegra a *Carta ao Povo Brasileiro*, de Luiz Inácio “Lula” da Silva, no capítulo “Entrescripts – Anexos I”, pp. 191-194, desta dissertação.
- <sup>233</sup> MENDONÇA, Duda. *Casos e Coisas*. São Paulo: Globo, 2001, pp.42-43.
- <sup>234</sup> BEARAK, Barry. *Poor Man's Burden - in His Rise from Poverty to the Presidency, Lula Became the Great Hope of Brazil's Destitute. But Can He Change Their Lot in a Post-Revolutionary, Free-Market World?* New York Times, 27 de junho de 2004.
- <sup>235</sup> MIGUEL, Luis Felipe. *Mito e Discurso Político*. Campinas: Editora da Unicamp, 2000, p.66
- <sup>236</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, pp.23-24.
- <sup>237</sup> Alfeu Dick e Silva provavelmente deveria atuar como propagandista de laboratório farmacêutico. Seu trabalho de conclusão de curso para Graduação em Farmácia, na Universidade Luterana do Brasil, ano 2005, tem o título: *Relação do marketing e vendas de lágrimas artificiais: estudo realizado após campanha publicitária voltada para leigos*, e foi orientado pela Profa. Dra. Istefani Carísio de Paula.
- <sup>238</sup> MENDONÇA, Duda. Op. cit., pp.57-60.
- <sup>239</sup> Idem, p.74.
- <sup>240</sup> MARCONDES FILHO, C. *A Linguagem da Sedução – A conquista das consciências pela fantasia*. São Paulo: COM-ARTE, 1985, p.12-13.
- <sup>241</sup> SAGRADA BÍBLIA. 52 ed. São Paulo: Edição Claretiana – Ave Maria, 1986, pp. 711-12.
- <sup>242</sup> Idem, pp. 712-13.
- <sup>243</sup> MORMANDO, Franco. Op. cit. pp.4-5.
- <sup>244</sup> COUTINHO, Laura Maria. *O Estúdio de Televisão e a Educação da Memória*. Brasília: Plano, 2003 – a citação foi obtida nas páginas 122-123 da Tese de Doutorado homônima, defendida na Faculdade de Educação da Unicamp (2001). Sobre o *Star System* veja: SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado Espetáculo – Ensaio sobre e Contra o Star System em Política*. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- <sup>245</sup> Pelo tom da voz é muito provável que a pergunta tenha sido feita pela Senadora Heloísa Helena, na época, petista tida como radical, e hoje após sua expulsão do PT integrante do PSOL do qual é fundadora.
- <sup>246</sup> COUTINHO, Laura Maria. Op. cit. pp.46-47.

---

<sup>247</sup> Veja no capítulo ‘Entrescripts – Anexos I’, p.195, uma breve listagem dos políticos que já se utilizaram do *expertise* de Duda Mendonça, em propaganda e marketing político.

<sup>248</sup> Revista *Isto É*, 12 de dezembro de 2002 – *apud* FAUSTO NETO, Antônio. *Lula Presidente: Televisão e Política na Campanha Eleitoral*. São Paulo: Hacker Editores, 2003, p.72.

<sup>249</sup> MENDONÇA, Duda. Op. cit., pp. 48-9.

<sup>250</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem Manipula Quem? Poder e Massas na Indústria da Cultura e da Comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1987, pp. 134-35.

<sup>251</sup> Luiz Inácio “Lula” da Silva teve seu nascimento oficialmente registrado no dia 6 de outubro de 1945, no mesmo dia em que foi realizado o primeiro turno das eleições de 2002. Entretanto, o próprio Lula prefere acreditar na memória de sua mãe que diz ser o dia 27 de outubro o dia correto de seu nascimento; coincidentemente, dia da realização do segundo turno das mesmas eleições, dia de sua vitória.

<sup>252</sup> BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928, pp.32-34.

<sup>253</sup> “Cientista político formado pela USP (Universidade de São Paulo) e jornalista, André Singer, 44, filho do economista Paul Singer, é o primeiro porta-voz de campanha na história do país. Na campanha mais profissional e de maior gasto em sua história (R\$ 33,7 milhões), o PT ‘importou’ das campanhas nos EUA a função do porta-voz.” (Porta-voz de Lula é primeiro a assumir função em campanha no Brasil - Agência FolhaNews – 30/12/2002 – 04h40).

<sup>254</sup> ALMEIDA, Milton José de. *Cerimônia do Corpo e da Luz nas Olimpíadas de 1936*. em: *Representações do Lúdico*, (org.) Heloísa Turini Bruhns e Gustavo Luis Gutierrez. Campinas, SP: Autores Associados, 2001, pp.27-28.

<sup>255</sup> BALANDIER, Georges. op. cit., p.25.

<sup>256</sup> JUNG, Carl Gustav. Op. cit., p.29.

<sup>257</sup> Veja matéria com o fotógrafo Luiz Pinto no website da Associação Brasileira de Imprensa: <http://abi.org.br/paginaindividual.asp?id=243>

<sup>258</sup> CASCUDO, Luís da Câmara. *Prelúdio e fuga do real*, Natal, Fundação José Augusto, 1974, p.231.

<sup>259</sup> Veja matéria com o fotógrafo Dida Sampaio no website da Associação Brasileira de Imprensa: <http://abi.org.br/paginaindividual.asp?id=331> Veja na íntegra a declaração do ministro José Dirceu: “Bom dia. Boa tarde a todos. Um prazer estar no Congresso Nacional. Procurei dar essa declaração, desta forma, para evitar os tumultos das declarações quando nos encontramos nos corredores da Câmara e do Senado. Com relação aos fatos que levaram à exoneração do ex-subchefe de Assuntos Parlamentares da Casa Civil, depois do Ministério da Coordenação Política e Articulação Institucional, quero declarar que os fatos denunciados aconteceram em 2002, antes do atual governo, no Estado do Rio de Janeiro. Não foi apontada nenhuma irregularidade durante o atual governo. O atual governo agiu imediatamente, exonerando o subchefe de Assuntos Parlamentares e mandando a autoridade competente instaurar inquérito policial. É público e notório que o Ministério Público também o fez. Qualquer outra iniciativa cabe às autoridades do Ministério Público, às autoridades da Polícia Judiciária e ao Parlamento brasileiro. É o que eu tinha a declarar. Muito obrigado.” (Folha de São paulo, 17 de fevereiro de 2004).



---

## [Bibliografia Relacionada]

*Sagrada Bíblia*. São Paulo: Edição Claretiana – Ave Maria, 1986.

*Biblia Sacra Vulgata (org.) R. Weber*. quartam emendatam ed. New York: American Bible Society, 1990.

*A Bíblia de Jerusalém*. São Paulo: Edições Paulinas, 1992.

*Constituição da República Federativa do Brasil de 5 de Outubro de 1988*. 24 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

*The Oxford Dictionary of the Christian Church*. (org.) F. L. e Livingstone E. A. Cross. 3 ed., Oxford University Press, 2005.

*Fundação Oscar Niemeyer*. 2006, em: <http://www.niemeyer.org.br/>.

ABREU, Plínio de / COSTA, Marcelo. *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) - Fundação Getulio Vargas, 1985.

ACCETTO, Torquato. *Da Dissimulação Honesta. Clássicos*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ADORNO, Theodor W. *A Indústria Cultural*, em: *Comunicação e Indústria Cultural: Leituras de Análise dos Meios de Comunicação na Sociedade Contemporânea e das Manifestações da Opinião Pública, Propaganda e Cultura de Massa Nessa Sociedade*. (org.) Gabriel Cohn. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

ALMEIDA, Milton José de. *Cinema - Arte da Memória*. Campinas: Autores Associados, 1999.

———. *Cerimônia do Corpo e da Luz nas Olimpíadas de 1936*. em: *Representações do Lúdico*, (org.) Heloísa Turini Bruhns e Gustavo Luis Gutierrez, 140. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

———. *O Teatro da Memória de Giulio Camillo*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.

- 
- ANDRADE, Carlos Drummond de. *Caminhos de João Brandão*. Rio de Janeiro: Record, 1987.
- . *Antologia Poética*. Rio de Janeiro: Record, 1989.
- AQUINO, Tomás de. *Verdade e Conhecimento – tradução, estudos introdutórios e notas de Luiz Jean Lauand e Mario Bruno Sproviero*. Clássicos. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- ARISTÓTELES. *Tratado da Política*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1977.
- ARISTOTLE. *Politics*. The Loeb Classical Library. London: William Heinemann LTD, 1932.
- ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO. *Catedral da Sé*, 2006 em:  
[http://www.arquidiocesedesapaulo.org.br/catedral\\_da\\_se.htm](http://www.arquidiocesedesapaulo.org.br/catedral_da_se.htm)
- ARROYO, Leonardo. *IV Centenário de São Paulo*. Editora Abril, 1954; em:  
<http://www.abril.com.br/especial450/materias/catedral/index.html>.
- ASSIS, Machado de. *O Espelho. Papéis Avulsos – Obras Completas*. São Paulo: Editora Mérito, 1961.
- AUGUSTINE, Saint. *De Doctrina Christiana*. *Oxford Early Christian Texts*. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- BALANDIER, Georges. *O Poder em Cena*. Pensamento Político. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.
- BALLARDINI, Bruno. *La Morte della Pubblicità – La Stupidità nell'Epoca della sua Riproducibilità Tecnica*. Roma: Castelvechi, 1995.
- . *Gesù Lava Più Bianco: Ovvero Come la Chiesa Inventò il Marketing*. Roma: Minimum fax, 2000.
- BAUDELAIRE, Charles. *As Flores do Mal*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BEARAK, Barry. *Poor Man's Burden – in His Rise from Poverty to the Presidency, Lula Became the Great Hope of Brazil's Destitute. But Can He Change Their Lot in a Post-Revolutionary, Free-Market World?* – New York Times, 27 de junho de 2004.

- 
- BECKER, Sergio. *A Fantasia da Eleição Divina: Deus e o Homem*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 1999.
- BELTING, Hans. *Il Culto delle Immagini. Storia dell'Icona dall'Età Imperiale al Tardo Medioevo*. Carroci, 2001.
- BENJAMIN, Walter. *Origem do Drama Barroco Alemão*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- . *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*; em: *Teoria da Cultura de Massa*, (org.) Luiz Costa Lima, 340. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- . *Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaios sobre Literatura e História da Cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.
- . *Passagens*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2006.
- BERNAYS, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928.
- . *The Engineering of Consent*. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1955.
- BERNAYS, Edward L. *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*. New York: Simon and Schuster, 1965.
- BERNSTEIN, CARL / WOODWARD, BOB. *All the President's Men*. 25th Anniv. edition ed. New York: Simon & Schuster, 1999.
- BETTO, Frei. *A Mosca Azul - Reflexão sobre o Poder*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.
- BIEDERMANN, Hans. *Enciclopedia dei Simboli*. Milano: Garzanti Editore, 1991.
- BLOCH, Carl Heinrich. *Sermão da Montanha*. Museu Histórico Nacional, Castelo de Frederiksborg, Dinamarca., c. 1877.
- BOBBIO, Norberto. *L' Utopia Capovolta*. Torino: La Stampa, 1995.
- BODANZKY, Jorge. *Terceiro Milênio*. 95min., Brasil/Alemanha, 1980.
- BOLZONI, Lina. *La Rete delle Immagini. Predicazione in Volgare dalle Origini a Bernardino da Siena*. Torino: Giulio Einaudi, 2002.
- BRECHT, Bertolt. *Poemas e Canções*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

- 
- . *Poemas*, Coleção Forma (org.) Arnaldo Saraiva. Lisboa: Editorial Presença, 1973.
- . *Diários de Brecht: Diários de 1920 a 1922: Anotações Autobiográficas de 1920 a 1954*. Porto Alegre: LP&M Editores, 1995.
- BROCH, Hermann. *O Encantamento*. Rio de Janeiro: Rocco, 1990.
- BYTWERK, Randall. *German Propaganda Archive* [website]. CAS Department — Calvin College, 2006, em: <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/>
- CAILLAT, Gérald. *Opéra et IIIe Reich*. 50min. France, 1997.
- CANETTI, Elias. *Massa e Poder*. São Paulo: Melhoramentos / Editora Universidade de Brasília, 1983.
- CAPALDI, Nicholas. *Business and Religion: A Clash of Civilizations? (Conflicts and Trends in Business Ethics)*. Salem, MA, US: M&M Scrivener Press, 2005.
- CAVALCANTI, Lauro. *When Brazil Was Modern: A Guide to Architecture, 1928-1960*. New York: Princeton Architectural Press, 2003.
- CHOMSKY, Noam. *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press, 2002.
- CHOMSKY, Noam. HERMAN, Edward S. *Manufacturing Consent — the Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 2002.
- CÍCERO, Marco Túlio. *Manual do Candidato as Eleições; Carta do Bom Administrador Público; Pensamentos Politicos Seleccionados*. São Paulo: Nova Alexandria, 2000.
- CICERONE. *La Retorica a Gaio Erennio, Classici Greci e Latini*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore, 1992.
- COSTA, Lúcio. *Lúcio Costa: Registro de Uma Vivência*. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.
- COUTINHO, Eduardo. *Peões*. 85min. Brasil: Videofilmes, 2004.
- COUTINHO, Laura Maria. *O Estúdio de Televisão e a Educação da Memória*. Brasília: Plano, 2003.
- CRUZ, José Armenio de Brito / KOK, Glória. *São Paulo 450 Anos: de Vila a Metrópole: A Escola e a Cidade*. São Paulo: BEI, 2004.

- 
- CURTIS, Adam. *The Century of the Self*. 240 min. United Kingdom: BBC Four, 2002.
- DA SIENA, Bernardino. *Prediche Volgari Sul Campo di Siena 1427*. (org.) Carlo Delcorno. 2 vols, *Classici Italiani Per L'uomo del Nostro Tempo*. Milano: Rusconi, 1989.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELUMEAU, Jean. *O Pecado e o Medo: A Culpabilização no Ocidente (Séculos 13-18)*. 2 vols. Bauru, SP: EDUSC, 2003.
- DOMENACH, Jean-Marie. *A Propaganda Política, Saber Atual*. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1963.
- DREW, Robert. *Primary*. 53min. EUA: Newvideo / Docurama, 1960.
- ELEITORAL, Justiça Eleitoral – Tribunal Superior. *Relatório das Eleições de 2002; Anexos, Documento No. 6*. Brasília, 2002.
- EWEN, Stuart. *Pr! A Social History of Spin*: Basic Books, 1996.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Lula Presidente: Televisão e Política na Campanha Eleitoral*. São Paulo: Hacker Editores, 2003.
- FECÉ, José Luis. *Do Realismo à Visibilidade. Efeitos de Realidade e Ficção na Representação Audiovisual*. Contracampo, janeiro/junho 1998 1998.
- FESTINGER, Leon. *Teoria da Dissonância Cognitiva*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.
- FEUERBACH, Ludwig Andreas. *La Esencia del Cristianismo*. Salamanca Espanha: Ediciones Sigueme, 1975.
- FITZ-GIBBON, Bernice. *Macy's, Gimbels and Me: How to Earn \$90,000 a Year in Retail Advertising*. New York: Simon & Schuster, 1967.
- FOLHANEWS. *Porta-Voz de Lula é Primeiro a Assumir Função em Campanha no Brasil*. São Paulo, 30 de dezembro de 2002.
- FONSECA, Edson Nery da. *I Miti di Brasília. Nota Previa sul Sogno di San Giovanni Bosco del 30 Agosto 1883*. In: *Don Bosco e Brasilia. Profezia, Realtà Sociale e Diritto*. (org.) Semeraro C. Padova: Cedam, 2000.
- FRANCIS, Paulo. *Trinta Anos Esta Noite – 1964 – O Que Vi e Vivi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

- 
- FREEDBERG, David. *The Power of Images: Studies in the History and Theory of Response*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.
- FREUD, Sigmund. *Totem e Tabu*. Vol. XIII, *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1974.
- . *Moisés e o Monoteísmo - Três Ensaio*s. Vol. XXIII, *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1975.
- . *Psicologia de Grupo e Análise do Ego (1921)*. Vol. XVIII, *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1975.
- GIRARDET, Raoul. *Mitos e Mitologias Políticas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOEBBELS, Joseph. *Diário*. Rio de Janeiro: A Noite.
- GOETHE, Johann Wolfgang von. *Doutrina das Cores*. São Paulo: Nova Alexandria, 1993.
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do Jornalismo Político à Indústria Cultural*. Vol. 19, *Novas Buscas em Comunicação*. São Paulo: Summus, 1987.
- HAAK, Bregtje. *Lagos/Koolhaas*. 55 min. Netherlands, 2002.
- HALLAM, Elizabeth. *O Livro de Ouro dos Deuses e Deusas*. São Paulo: Ediouro, 2002.
- HARMLESS, William. *Augustine and the Catechumenate*. Collegeville, Minnesota: The Liturgical Press, 1995.
- HARTOG, Simon. *Beyond Citizen Kane – Além do Cidadão Kane*. BBC4. United Kingdom, 1993.
- HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da Estética da Mercadoria*. São Paulo: Unesp, 1997.
- HITLER, Adolf. *Minha Luta*. São Paulo: Centauro Editora, 2001.
- HOLMES, Judith. *Olimpíada – 1936: Glória do Reich de Hitler, História Ilustrada da II Guerra Mundial – Conflito Humano 3*. Rio de Janeiro: Editora Renes, 1974.
- HOROVITZ, Jacques. *Qualidade de Serviço a Batalha pela Conquista do Cliente*. São Paulo: Nobel, 1993.
- HOUAISS, Antonio. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

- 
- HUBA, Jackie. MCCONNELL, Ben. *Buzzmarketing: Criando Clientes Evangelistas*. São Paulo: M. Books, 2005.
- IRVING, David. *Goebbels. Mastermind of the Third Reich*. Internet Edition. London: Parforce, 1999.
- JORDAN, David P. *The Revolutionary Career of Maximilien Robespierre*. Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- JUNG, Carl Gustav. *Obras Completas de C. G. Jung – Presente e Futuro*. Vol. X/1. Petrópolis: Vozes, 1988.
- KONDER, Leandro. *A Poesia de Brecht e a História, Erudição & Prazer*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- LE BON, Gustave. *Psicologia das Multidões. Biblioteca de Filosofia Científica*. Rio de Janeiro: F. Briguier & Cia., 1954.
- . *As Opiniões e as Crenças*. São Paulo: Ícone, 2002.
- LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- LISPECTOR, Clarice. *Os Melhores Contos*. São Paulo: Global, 1998.
- LOYOLA, Ignazio di. *The Spiritual Exercises*. New York: P.J. Kenedy & Sons, 1914.
- MACHIAVELLI, Niccoló. *O Príncipe*. São Paulo: Hemus, 1977.
- MAISONNAVE, Fabiano. Caso de Dossiê Remete a Renúncia do Presidente Americano Richard Nixon. *Folha de São Paulo*, 21 de setembro de 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e Capitalismo*. São Paulo: Kairos, 1984.
- . *A Linguagem da Sedução – A Conquista das Consciências pela Fantasia*. São Paulo: COM-ARTE, 1985.
- . *Quem Manipula Quem? Poder e Massas na Indústria da Cultura e da Comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- . *O Capital da Notícia: Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza*. São Paulo: Atica, 1989.



- 
- MARRA, Livia. Reaberta, Catedral da Sé Tem Missas Diárias e Visitas Guiadas. *Folha de São Paulo*, 01 de outubro de 2002.
- MAYSLES, David and Albert. ZWERIN, Charlotte. *Salesman – The Criterion Collection*, 91min. USA: Janus Films, 1968.
- MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1996.
- MELLENDEZ, Adilson. *Cena Arquitetônica nos Três Poderes Ganha Luzes Teatrais*. *PROJETODESIGN*, novembro 2005.
- MENDONÇA, Duda. *Casos e Coisas*. São Paulo: Globo, 2001.
- MIGUEL, Luis Felipe. *Mito e Discurso Político*. Campinas: Editora da Unicamp, 2000.
- MORMANDO, Franco. *The Preacher's Demons: Bernardino of Siena and the Social Underworld of Early Renaissance Italy*. Chicago: The University of Chicago Press, 1999.
- NIEMEYER, Oscar. *Diálogo Pré-Socrático com Claudio M. Valentinetti*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1998.
- OGILVY, David. *Confissões de Um Publicitário*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1993.
- OHANA, Paul. *As 100 Palavras-Chave do Management dos Homens*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- ORIGO, Iris. *The World of San Bernardino*: Harcourt, Brace & World, 1962.
- PAGE, Joseph A. *The Brazilians*. New York: Perseus Books, 1995.
- PAGNAN, ROGÉRIO. SCOLESE, EDUARDO. LEITE, PEDRO DIAS. *Crise do Dossiê Derruba Assessor Especial de Lula*. *Folha de São Paulo* Caderno Brasil, 19 de setembro 2006.
- PAKULA, Alan J. *Todos os Homens do Presidente*. 138 min. Estados Unidos: Warner Home Video, 1976.
- PANOFSKY, Erwin. *Arquitetura Gótica e Escolástica: sobre a Analogia entre Arte, Filosofia e Teologia na Idade Média*. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

- 
- PASCAL, Blaise. *Pensees*. London: Penguin Books, 1995.
- PAULO, II João. *Pellegrinaggio in Abruzzo – Omelia di Giovanni Paolo II*. Vaticano, 1980.
- PESSOA, Fernando. *Livro do Desassossego: Composto por Bernardo Soares, Ajudante de Guarda-Livros na Cidade de Lisboa; Organização Richard Zenith*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- . *Odes de Ricardo Reis*. Belo Horizonte: Itatiaia, 2005.
- PINHO, Débora. *Deu Samba. Globo é Proibida de Usar Projeto de Iluminação no Carnaval*, 20 de fevereiro 2004, Revista Consultor Jurídico, 2004.
- PIRANDELLO, Luigi. *Seis Personagens a Procura de Um Autor*. São Paulo: Nova Cultural, 2003.
- RICHERS, Raimar. *Surfando as Ondas do Mercado*. São Paulo: RR&CA, 1996.
- RIEFENSTAHL, Leni. *O Triunfo da Vontade*. 110 min. Alemanha: Continental, 1934.
- . *Leni Riefenstahl: A Memoir*. New York: Picador, 1995.
- RIES, Al. TROUT, Jack. *Marketing de Guerra. Coleção Eficácia Empresarial*. São Paulo: Madia: McGraw-Hill, 1989.
- . *Marketing de Guerra 2 : A Ação. Coleção Eficácia Empresarial*. São Paulo: Madia : McGraw-Hill, 1989.
- ROBBINS, Lionel. *A History of Economic Thought (The LSE Lectures)*. New Jersey, US: Princeton University Press, 1998.
- RODRIGUES, Alberto Tosi. *Diretas Já! O Grito Preso na Garganta*. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.
- ROMANO, Roberto. *Praça e Palácio. Revista Espaço Acadêmico*, Novembro de 2002 2002.
- ROSSEN, Robert. *All the King's Men*. 110min. EUA: Sony Pictures, 1949.
- RÜRUP, Reinhard. *Berlin 1945 – a Documentation*. Berlin: Verlag Willmuth Arenhövel, 2001.

- 
- RYBCZYNSKI, Witold. *An Anatomy of Megachurches: The New Look for Places of Worship*. Slate 2005.
- SALLES, João Moreira. *Entreatos – Lula a 30 Dias do Poder*. 120min. Brasil: Videofilmes, 2004.
- SANDRONI, Paulo. *A Dinâmica Imobiliária da Cidade de São Paulo: Esvaziamento Desvalorização e Recuperação da Região Central. Em: Caminhos para o Centro: Estratégias de Desenvolvimento para a Região Central de São Paulo*, 420. São Paulo: Emurb, Prefeitura Municipal de São Paulo, Cebrap e Cem, 2004.
- SARAMAGO, José. *A Caverna*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- SCHOPENHAUER, Arthur. *A Arte de Ter Razão*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O Estado Espetáculo – Ensaio sobre e contra o Star System em Política*. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- SCURR, Ruth. *Fatal Purity: Robespierre and the French Revolution*. New York: Metropolitan Books, 2006.
- SHARFF, Stefan. *The Elements of Cinema – toward a Theory of Cinesthetic Impact*. New York: Columbia University Press, 1982.
- SHAW, George Bernard. *O Teatro das Idéias*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SILVA, Fernando de Barros E. *Árvores Abatidas. Folha de São Paulo*, 15 de setembro de 2002.
- SILVA, Josirley Maria Menezes da. *Liturgia Cinematográfica – Luzes e Sombras Nazistas*. Campinas: Dissertação de Mestrado – Lab. Olho - FE/Unicamp, 2005.
- SILVA, Luiz Inácio "Lula" da. *Compromisso com a Mudança. O PT faz história – caderno de formação* 2003.
- SOARES, Ana Carolina Teixeira. *Getúlio Vargas*. 80 min. Brasil, 1974.
- SOMBART, Werner. *El Burgués – Contribución a La Historia Espiritual del Hombre Economico Moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 1986.
- SOUZA, Abelardo de. *Arquitetura no Brasil: Depoimentos*. São Paulo: Diadorim / Editora da Universidade de São Paulo, 1978.

- 
- SOUZA, LEONARDO, FERNANDA KRAKOVICS, and RUBENS VALENTE. *Escândalo do "Mensalão"/ O Banqueiro*. *Folha de São Paulo*, 22 de setembro de 2005.
- STEIN, Gertrude. *Paris France*. New York: W.W. Norton & Co., 1996.
- TCHAKHOTINE, Serge. *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política*. Tradução de Miguel Arraes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.
- TELEVISÃO, Depto. de Jornalismo da Rede Bandeirantes de. *Lula, o Presidente*. 60 min. Brasil: Versátil Home Video e Editora Jornal do Vídeo Ltda., 2003.
- TOLSTOI, Leon. *O Que é Arte?* São Paulo: Experimento, 1994.
- TORERO, José Roberto. *A Alma do Negócio*. 8min25s. São Paulo, Brasil: Superfilmes, 1996.
- TRAGTENBERG, Maurício. A Contribuição de Freud para o Esclarecimento do Fenômeno Político. *Pro-Posições*, maio/agosto 2005.
- TWAIN, Mark. *Collected Tales, Sketches, Speeches, & Essays 1852-1890*. Edited by Edited by Louis J. Budd. 2 vols. Vol. 60: The Library of America, 1984.
- . *Collected Tales, Sketches, Speeches, & Essays 1891-1910*. Edited by Edited by Louis J. Budd. 2 vols. Vol. 61: The Library of America, 1984.
- . *Mark Twain's Autobiography Part 2*. Whitefish, MT (USA): Kessinger Publishing, 2003.
- TWITCHELL, James B. *Adcult USA – The Triumph of Advertising in American Culture*. New York: Columbia University Press, 1996.
- TYE, Larry. *The Father of Spin – Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*. New York: Owl Books, 2002.
- UNEP – United Nations Environment Programme, Production and Consumption Branch / Tourism. *Economic Impacts of Tourism* United Nations, 9 de outubro de 2001.
- VENTURA, Zuenir. 1968, *O Ano Que Não Terminou – A Aventura de Uma Geração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.
- VERGNIÈRES, Solange. *Ética e Política em Aristóteles: Physis, Ethos, Nomos*. São Paulo: Paulus, 1998.
- ZEMECKIS, Robert. *O Expresso Polar*. 100min. EUA: Warner Bros., 2004.