

**A PROPAGANDA POLÍTICA NA CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO COLETIVO
NO CINEMA DE RESISTÊNCIA¹: Estudo de caso do filme ‘Jango’ de Silvio
Tendler²**

Rose Mara Vidal de Souza³

Adolpho Queiroz⁴

RESUMO:

Este estudo tem como objetivo propor uma análise do modo como se constrói a representação da imagem eleitoral de João Goulart, sob a ótica da propaganda política no cinema brasileiro no período pós-ditadura. Para a realização desse objetivo contamos com o longa-metragem de Silvio Tendler de 1984, intitulado “Jango”. Cremos que este estudo se justifica por contribuir para identificar, compreender e mapear o imaginário da sociedade brasileira sobre João Goulart. Para o desenvolvimento do tema foram analisadas teorias de marketing político, propaganda ideológica e persuasão. A pesquisa foi norteada pelo método qualitativo e aplicadas as técnicas de pesquisa histórica e estudo de caso. Concluimos que o Filme de Silvio Tendler reconstruiu a imagem de João Goulart

¹ Texto original, como recebido pela coordenação do Interprogramas.

² Artigo oriundo da Dissertação apresentada em cumprimento às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, para obtenção do grau de Mestre. Orientador: Prof^o. Dr. Adolpho Queiroz.

³ Mestre em comunicação social pela Umesp, MBA em Marketing Político pela Faculdade Católica do Tocantins. Jornalista pela UFT. Associada da Intercom e do Politicom.

⁴ Presidente da Politicom, Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UMESP

ressaltando seu papel na luta pelas reformas de base. A mistificação de Jango foi exposta no documentário expositivo.

PALAVRAS-CHAVE: João Goulart; marketing político; propaganda política; imaginário coletivo;

ABSTRACT:

The objective of my report is to propose an analyses on the way the election image of João Goulart is built, from the perspective of the political propaganda in the Brazilian cinema of the “pós- ditadura”. To make it possible, we can rely on the film Jango, form Silvio Tender, 1984. We believe that this report is able to contribute with the process of identification, understanding and learning about the Brazilian society ideas about João Goulart. To develop this issue we had to analyze theories related to “Political Marketing, ideological propaganda and persuasion. The research was based on the qualitative and quantitative methods, techniques of historical research and case studies. We got to the conclusion that the film reconstructed Joao Goulart’s image, focusing on his attitudes towards the basic reforms. Jango’s mystification was shown in a documentary.

KEY WORDS: Joao Goulart, political marketing, political advertising, collective imagination;

Introdução

7º Interprogramas de Mestrado

A contextualização histórica do Brasil nas décadas de 1950 e 1960 até o início da ditadura em 1964 é uma tradução de efervescência política e econômica. É neste cenário tão rico e anseios por mudanças que é narrado o filme de João Goulart, uma personalidade enigmática da história brasileira. Herdeiro do mito Getúlio Vargas e vice-presidente de outro titã, Juscelino Kubitschek, Jango utilizou o populismo como mola propulsora para sua ascensão eleitoral, porém os fracos desempenhos da sua propaganda política e de seu espírito de liderança fizeram-no naufragar, culminando sua trajetória no golpe militar de 1964.

Um dos documentos que permanece vivo sobre a imagem de João Goulart é o documentário de Silvio Tendler, intitulado “Jango - Como, quando e porque se derruba um presidente, de 1984”. O longa metragem de quase duas horas (117 minutos) narra a carreira do rapaz que saiu dos pampas para ser presidente do Brasil. Um percurso que começou aos 28 anos, quando, a convite e por insistência de Vargas, concorreu a uma cadeira na Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul. Ele foi eleito com 4.150 votos, tornando-se o quinto candidato mais votado, a frente de seu cunhado Leonel Brizola (casado com sua irmã Neusa até a morte dela em 1993), outra estrela em ascensão do PTB.

A imagem pública de Jango para quem o desconhece é uma e a partir do documentário de Tendler passa a ser outra. Um filme que remonta o contexto histórico político da pré-ditadura, lançado durante o processo de redemocratização do país. O cinema que é uma ferramenta poderosa da propaganda política é analisado neste artigo como instrumento para um imaginário coletivo.

O objetivo central deste estudo é entendermos como o cinema pode contribuir para a disseminação da propaganda política e do imaginário coletivo.

Busca-se ainda analisar a imagem pública de João Goulart retratada pelo filme “Jango”, de Silvio Tendler. Como o estudo foi norteado do ponto de vista da comunicação política, analisamos as estratégias da propaganda política, ideológica e imaginário coletivo mostradas no filme e também utilizadas na construção do roteiro do mesmo. Vale destacar que o filme retrata um candidato morto e deposto 20 anos depois. Tratando-se assim, não de uma promoção de um candidato ou realização de campanha política eleitoral, mas da promoção de uma ideologia de esquerda liderada na época por João Goulart.

Considerando que o estudo proposto busca obter informações de natureza histórica, a fim de poder identificar a imagem pública refletida pelo documentário Jango, partindo do prisma do emissor, ou seja, do diretor, foi adotado, por força de suas características tipológicas e metodológicas, a pesquisa qualitativa como método. O objetivo é verificar como a imagem de João Goulart aparece em cada cena do referido filme, comparando com os embasamentos teóricos existentes.

Imaginário e Política

A palavra política fomenta na cabeça do indivíduo, dependendo do país em que vive, um tipo de imaginário. Apesar de aparecer no dicionário como: 1. arte ou ciência de governar; 2. arte ou ciência da organização, direção e administração de nações ou Estados ou ainda 3. a aplicação desta arte nos negócios internos da nação (política interna) ou nos negócios externos (política externa), no Brasil, por exemplo, a palavra política vem arraigada a corrupção, desonestidade e outras conotações negativas.

Esse imaginário não surge “do nada” na mente da pessoa, mas literalmente brota. Para este conceito negativo desenvolver-se foi semeado “algo” no inconsciente do indivíduo, cultivado com muita intensidade. Quando se fala em imaginário se atrela ao falso, ao fantasioso. Porém o imaginário vai, além disto, e gera várias definições por diferentes autores. Deleuze (1992) aponta autores como Bachelard que afirma que o imaginário é nossa válvula de escape, nossa abertura para outras sensações. Já para Le Goff o imaginário apesar de estar na área da representação, vai, além disto, pois cria, tangido poeticamente, dando toques particulares a esta representação.

Segundo Castoriadis (1995, p.177) o imaginário se define pela imagem que os indivíduos e os grupos sociais têm do mundo, dos objetos e dos seres que compõem este mundo, bem como a imagem que fazem de si mesmos, de suas necessidades, de suas finalidades e de seus valores.

A instituição, conforme assinala Castoriadis, é uma rede simbólica definida socialmente, que contém os componentes organizador e do imaginário. O conceito de imaginário em Karl Marx explica, através da noção de alienação, a autonomia das instituições econômicas ou religiosas como produtos independentes das ações humanas, expressando as contradições reais entre o produtor e o produto que passa a ser reificado. O imaginário seria, então, a solução fantasiosa das contradições reais. (LAPLANTINE E LIANA TRINDADE, 1996, p.7)

Em uma última tentativa de apresentar esta gama de conceitos sobre o imaginário e ao que vai a encontro aos nossos pensamentos, citaremos Durand (1997, p.14) que afirma que o imaginário é o “conjunto das imagens e das relações de imagens que constitui o capital pensado do homo sapiens”, é a recriação das relações inexistentes no mundo real que é captada e estimulada neste imaginário. Durand discorda de Lacan, que afirma que o imaginário resume-se a experiências individuais e fraudulenta, enquanto simbólico seria coletivo e cultural. “O imaginário não só se manifestou como atividade que transforma o mundo, como imaginação criadora, mas sobretudo como transformação eufêmica do

mundo, como intellectus sanctus, como ordenança do ser às ordens do melhor” (DURAND, 1997, p.432).

Este imaginário social é que dá o tom na política. Neste jogo outros ingredientes se misturam para dar o tempero da disputa política: os mitos, os arquétipos, a propaganda persuasiva e a ideologia e a exploração do inconsciente coletivo.

Cinema e Propaganda Política

Falar de cinema e falar de imaginário social se torna quase verossímil. O cinema é uma fábrica de sonhos, desejos, buscas. Apesar dos adventos da vida moderna o cinema continua com seus adeptos aficionados, através da telinha mágica a vida se torna palpável e numa pseudo realidade conseguimos dar forma a olhares deste e de outros mundos.

Segundo Bernadet (1988, p.12) na década entre 1910 e 1930 os filmes nacionais eram produzidos esporadicamente, sempre com história em atos e figuras “heróicas”. O primeiro político brasileiro a utilizar o cinema como propaganda persuasiva, de forma mais consistente, foi Getúlio Vargas com os Cinejornais periódicos que exibia nas salas por todo o país.

A filmagem, a montagem, a música e o discurso apresentados nos cinejornais que traziam os comícios, veiculados nas salas de cinema antes da exibição dos filmes, eram minuciosamente articulados para que a imagem de ‘pai dos pobres’ fosse fomentada, sendo que em todas as produções, inclusive na época em que a veiculação dos cinejornais era obrigatória e coordenada pelo DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), Vargas estava cercado pela população que o aplaudia e gritava seu nome (ROCHA & FRANCO, 2007, p. 35).

Resistência

Partindo desse pressuposto vamos adentrar na história do cinema brasileiro de resistência que teve como pano de fundo a transição da ditadura militar para a redemocratização.

Após realizar a leitura destes fatos descritos no quadro cronológico acima podemos analisar como o Brasil vivia uma época de profundas mudanças em todas as áreas. A palavra de ordem na década de 1970 era ser a favor do regime militar ou contra. Só que ao contrário da democracia, na ditadura a esquerda não tinha direito de manifestação.

7º Interprogramas de Mestrado

Assim, de acordo com Garcia (1982, p. 12-16), o governo do Brasil na época de ditadura militar (1964- 1985) implantou uma intensa campanha de propaganda ideológica para o convencimento de seus ideais. O carro-chefe do governo era a orientação produtivista e não os investimentos sociais, isso expunha os militares à impopularidade, por isso a necessidade de ações mais enérgicas, como a censura.

Procurando legitimar o regime, foi criado slogans, hinos, comerciais com intuito de gerar uma imagem positiva do governo. Assim, todas as ações positivas do governo eram divulgadas em todo o Brasil e firmavam-se como o país promissor. Os militares adotaram expressões como “Brasil grande”, “Milagre econômico”, “Pra frente Brasil” e “País do futuro”, que não apenas negavam a condição real do país, como promoviam o ufanismo (Garcia, 1982, p. 15).

A outra ponta do iceberg da ditadura militar era a repressão à cultura, principalmente após a publicação do Ato Institucional Nº 5 (AI-5) que dava totais poderes ao governo e retirava dos cidadãos todos os direitos, muitos cantores, compositores, atores e jornalistas foram “convidados” a deixar o Brasil. Todas as ideias que pudesse ser interpretadas como contrárias aos militares, mesmo não tendo conteúdo político, eram censuradas. Assim quem desobedecia era preso, seqüestrado, torturado e exilado.

Segundo Simis (1988), o governo militar do general Castello Branco era mais moderado com os artistas, não usurpando todos os seus direitos. Após 1968 o regime endureceu. Funcionários da Divisão de Censura de Diversões Públicas da Polícia Federal se instalaram nas redações dos principais jornais e revistas, controlando tudo o que estava para ser publicado. Devido a censura, no lugar de notícias eram publicadas receitas de bolo e coisas do gênero. Vários teatros foram destruídos e outras dezenas de pessoas presas, torturadas e mortas.

Os grupos armados são a resposta da resistência à ditadura militar. Por todo país grupos armados, compostos por pais de família, estudantes, trabalhadores, donas de casa largam sua rotina para se engajar na luta política. Os grupos se escondiam onde podiam, para se manter e financiar suas ações de guerrilha assaltavam bancos. Geralmente essas pessoas eram detidas e interrogadas pelos militares. Assim por meio de tortura eles tentavam obter informações sobre suas atividades e a dos companheiros de militância. Esta prática desumana tornou-se rotineira para as autoridades ligadas ao governo militar (ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO, 1988;GASPARI, 2002)

7º Interprogramas de Mestrado

Acompanhando este movimento de resistência estava a produção cultural. Os temas principais recorrentes eram algumas bandeiras das reformas de base de João Goulart, como a luta pela Reforma Agrária e pela justiça social. Como na música “Para não dizer que não falei das flores” de Geraldo Vandré, em contrapartida vinha o sucesso estrondoso de Jorge Benjor e seu ufanista “País Tropical”.

No cinema a produção nacional de resistência à ditadura praticamente deixou de existir nos anos de chumbo. Em 1979, Cacá Diegues lançou o filme *Bye Bye Brasil* com a idéia de mostrar metaforicamente, segundo palavras do próprio diretor, o sonho da passagem do Brasil “velho”, de ignorância pobreza e atraso cultural, para o “novo” Brasil, pujante, economicamente desenvolvimento, com justiça social e liberdade – existente apenas na propaganda oficial. O sonho se mostra irrealizável porque, para que o “novo” surja, o “velho” precisa deixar de existir. Este filme foi apoiado pelo órgão oficial de fomento ao cinema do governo militar, a Embrafilme.

De acordo com Labaki (1991/1998), o filme *Sargento Getúlio* (1983), do cineasta Hermano Penna enfoca principalmente a institucionalização da tortura pelo Estado como método de repressão à liberdade de pensamento e expressão. O ator Lima Duarte interpreta Getúlio, sargento da polícia incumbido de capturar um dissidente político no interior do estado e conduzi-lo à capital. No caminho, com o prisioneiro já capturado, Getúlio recebe a notícia que, devido a mudanças na política, o prisioneiro deveria ser libertado. Homem rude, de convicções arraigadas, Getúlio nega-se a cumprir as ordens porque se sente incapaz de se adaptar aos novos tempos. Na sua concepção, os políticos da capital são “uns frouxos, uns maricas”, enquanto ele, ao contrário, é um bom soldado que não se deixa levar pelas mudanças ideológicas que influenciam a política.

O filme *Pixote, a Lei do Mais Fraco*, de Hector Babenco, foi lançado em 1981. Por meio do filme, Babenco mostra cruamente que, enquanto o governo militar permanecia obcecado pela idéia de transformar o Brasil em grande potência política e econômica e militar, uma parcela significativa da população brasileira permanecia entregue à miséria e ao desamparo (LABAKI, 1991/1998).

No restante da produção cinematográfica do período da ditadura militar, outros filmes foram produzidos como “*Lucio Flavio, passageiro da agonia*”, no entanto o restante

do conhecido “cinema de resistência” explorava o erotismo, como as pornochanchadas produzidas na Boca do Lixo, em São Paulo, que afrontavam os padrões morais vigentes. Em uma tentativa de terem liberados pelo Governo Federal seus longas metragens, os cineastas da “Boca” inseriam cenas propositadamente censuráveis nos filmes. Os fiscais cortavam as cenas ditas inapropriadas e deixavam passar o restante.

Mas podemos destacar que os filmes que tinham cunham social, produzidos na época, foram fundamentais para o fomento da ideologia esquerdista. Alguns cineastas durante a ditadura militar tentaram legitimar o discurso do cidadão consciente de seus direitos. A propaganda ideológica fortemente citada na formação deste imaginário coletivo de resistência propunha reflexões e apontava caminhos de mudança. Caso este representado também no documentário “Jango” de Silvio Tendler, onde veremos a seguir.

A construção imaginária no documentário Jango

O filme Jango é uma remontagem dos fatos que antecederam sua deposição pelo golpe de 1964. Silvio Tendler começa o longa na viagem de Jango a China, quando foi pego de surpresa pela notícia da renúncia do presidente Jânio Quadros. A partir daí vai-se desenrolando uma narrativa exploratória, entremeada de depoimentos de personalidades da época que testemunharam seu governo.

O cerne do documentário está cravado nas lutas sociais lideradas por João Goulart. Relatando sua biografia desde o ingresso precoce na política do Rio Grande do Sul até o desfecho trágico com sua morte no Uruguai. A narrativa menciona a aproximação de Jango com Getúlio Vargas, como seu articulador no segundo mandato e posteriormente como Ministro do Trabalho do seu governo. Aqui é claro a intersecção da busca pelo honorífico, citado por Veblen (1983), onde o homem persiste com muita força a distinção teórica arcaica do troféu. Se ele não o possui é vantajoso estar ao lado de quem o possui. Com relação à ascendência de Goulart em ter uma família abastarda oriunda do Rio Grande do Sul, pode-se remeter ao pensamento de Veblen que pontua esta situação como um sinal específico da classe ociosa, que por si já nasce com o papel de liderança na sociedade e que servirá de espelho para os mais pobres um dia serem como eles.

Tanto o ócio como a propriedade são elementos da estrutura social, são fatos convencionais [...] Não se deve esquecer naturalmente

7º Interprogramas de Mestrado

que, numa comunidade em que praticamente todos os bens são de propriedade privada, a necessidade de ganhar a vida é um incentivo poderoso e onipresente para os seus membros mais pobres [...] A propriedade surgiu e se tornou uma instituição humana sem relação com o mínimo de subsistência. O incentivo dominante desde o início foi a distinção odiosa ligada à riqueza; exceto temporária e excepcionalmente, nenhum outro motivo se lhe sobrepôs em qualquer estágio posterior de desenvolvimento (VEBLEN, 1983, p. 15-17).

Frases de efeito do narrador José Wilker por exemplo: “Jango propunha o fim da fome e da miséria num país em que a injustiça sempre foi o lado obscuro da democracia” (JANGO, 1984, 117min). Nesta parte quase não existe trilha sonora no filme, apenas narração e imagens que retratam o discurso de Jango em defesa da democracia e da justiça social. Esta imagem de “salvador da pátria” e o arquétipo de herói é recorrente em todo o documentário. Segundo Jung (2008) dentro do inconsciente coletivo existem estruturas psíquicas ou arquétipos que funcionam como uma espécie de canalizador do material psicológico. Como fôrmas pré-moldadas. Nosso inconsciente coletivo na área da política, principalmente quando o país não vai bem, “persegue” o candidato que mais se assemelha ao que vai restabelecer a harmonia econômica e social para aquele povo. Assim aconteceu com Vargas e depois com Goulart que conseguiu a simpatia das massas operárias.

Os entrevistados do documentário em voga compõem uma história linear e subjetiva da visão do autor, ressaltando a imagem de Jango como um possível sucessor de Getúlio Vargas e JK. Em quase todo o filme, Jango aparece sorrindo com crianças em volta e ao lado da população trabalhadora, com um discurso sempre voltado para os operários. Somente no penúltimo *take*⁵, quando começam as imagens sobre o golpe e o início da ditadura é que Jango muda sua feição, passando a ter um rosto compenetrado e triste. A partir daí nota-se a importância da persuasão e da propaganda ideológica aliada à retórica. “Desse modo é evidente que se a política necessite de uma *ars* ou *téchné* – isto é, de uma

⁵ Take é uma palavra em inglês que significa Tomada. Em cinema e audiovisual, é um trecho de filme ou vídeo rodado ininterruptamente. Neste sentido, confunde-se com a idéia de plano. Mas tanto os profissionais quanto os teóricos de cinema identificam claras diferenças entre os conceitos de plano e tomada.

7º Interprogramas de Mestrado

destreza que a auxilie na consumação dos seus propósitos, normalmente não recorre a poética, mas a retórica”. É mais civilizado resolver os “problemas pela força do discurso do que pela força bruta” (GOMES, 1995, p.73).

A partir daí a música “Coração de estudante” de Milton Nascimento, em versão instrumental é ouvida, sem narração, apenas com as imagens de Goulart em sua granja em São Borja (RS), com cabeça baixa, caminhando sozinho numa estrada cheia de árvores em volta. Com base nesta observação, faz-se uma ponte entre esta cena do filme e a afirmação de Castoriadis (1995) que diz que em todas as sociedades existe uma representação de si mesma com “alguma coisa”. A exemplo do povo brasileiro que tem uma identidade hospitaleira e emocional. Conforme esta cena descrita acima o imaginário coletivo é de melancolia e de tristeza. A simbologia é em torno de um líder abandonado injustamente por cuidar do povo (CUNHA, 1997, p. 1).

A seqüência do longa metragem fica por conta de outros exilados e mortos pela ditadura na América Latina, incluindo Che Guevara e o senador chileno Salvador Allende. As cenas de Che morto tem a duração de quase 5 minutos. Após isto, as imagens são da violência na ditadura, estudantes espancados, passeatas e a história dos atos institucionais nº 2⁶ e nº 5⁷. A sensação é de agonia e de injustiça. O simbolismo contido nestes *takes* é carregado de ideologia e referências de dor e angústia. O imaginário descrito neste filme não é apenas a cópia do real, o seu viés simbólico amplia os sentidos em imagens expressivas. “O real não

⁶ O Ato Institucional Número Dois, ou AI-2, foi baixado em 27 de outubro de 1965 como resposta aos resultados das eleições que ocorreram no início deste mês. Seguindo a estratégia delineada pelos militares anteriormente a 31 de março de 1964, foi necessária a edição de mais um Ato Institucional, pois a Constituição de 1946 não era compatível com o regime de exceção que estava sendo adotado. É destacável a eleição de Israel Pinheiro ao governo de Minas Gerais, assim como a vitória de Negrão de Lima na eleição da Guanabara.

⁷ O Ato Institucional Nº5 ou AI-5 foi o quinto de uma série de decretos emitidos pelo regime militar brasileiro nos anos seguintes ao Golpe militar de 1964 no Brasil. O AI-5 sobrepondo-se à Constituição de 24 de janeiro de 1967, bem como às constituições estaduais, dava poderes extraordinários ao Presidente da República e suspendia várias garantias constitucionais.

7º Interprogramas de Mestrado

é só um conjunto de fatos que oprime, ele pode ser reciclado em novos patamares” (DENIS, 1994, p.39).

A rede imaginária possibilita-nos observar a vitalidade histórica das criações dos sujeitos – isto é, o uso social das representações e das idéias. Os símbolos revelam o que está por trás da organização da sociedade e da própria compreensão da história humana. A sua eficácia política vai depender da existência daquilo que Backzo chama de *comunidade de imaginação* ou *comunidade de sentido*. As significações imaginárias despertadas por imagens determinam referências simbólicas que definem, para os indivíduos de uma mesma comunidade, os meios inteligíveis de seus intercâmbios com as instituições. Em outras palavras: a imaginação é um dos modos pelos quais a consciência apreende a vida e a elabora. A consciência obriga o homem a sair de si mesmo, a buscar satisfações que ainda não encontrou (MORAES, 1994, p.39).

A seguir aparece Jango no exílio no Uruguai. O narrador diz: “O presidente não conseguia nem se animar com o aniversário da própria filha”, a cena é coberta por um close em uma foto de aniversário de sua filha Denize Goulart. A câmera sobe e mostra um Jango novamente triste e com a cabeça baixa. Mais uma vez o filme chama a atenção para o sofrimento do ex-presidente. Esta cena pode ser entendida como artifícios do marketing político, misturando propaganda política, imaginário coletivo, persuasão e ideologia, todos unificados como o magma dos arquétipos, da mitologização, do simbolismo e estereótipos. A estratégia dos benefícios emocionais/psicológicos é uma mensagem dirigida diretamente aos sentimentos do consumidor. Segundo Queiroz (2007), este benefício é alcançado mediante a associação do candidato com alguma satisfação emocional/psicológica. Assim o telespectador ao assistir a esta cena acima citada sente-se “tocado” emocionalmente e a simpatia por Jango aumenta.

O filme ressalta ainda que o populismo de Getulio Vargas passou a ser símbolo da política de manipulação de massas, e aqueles que herdaram os principais aspectos do varguismo eram vistos com maus olhos por grande parte da elite nacional, que tinha aversão à ampliação da democracia brasileira e à inserção da classe trabalhadora no jogo político. Como relatado no capítulo I deste trabalho o simbolismo em torno do populismo é um fato consumado. São dois imaginários em torno dos governos populistas: o de paternalista e o de estar ao lado do povo. A discussão é extensa e não cabe nesta pesquisa

7º Interprogramas de Mestrado

definir ou optar por esta ou aquela conceituação. No entanto, de acordo com o filme o sentido de populismo tem o sentido de “estar ao lado do povo”, conforme confirmado pelo próprio diretor Silvio Tendler em entrevista transcrita neste capítulo.

Após seguir os passos de Vargas, as virtudes de Goulart seriam reconhecidas. Ele foi eleito duas vezes para vice-presidente. No documentário há um grande destaque para a preocupação com o povo, que o filme afirma ser maior que a preocupação pessoal. “Não me importo em cair, mas caio de pé. Eu preciso realizar essas reformas” (JANGO, 1984, 117min). A observação das classes sociais em evidência faz parte da propaganda política e ideológica. Segundo Garcia (1982) uma classe social se constitui de pessoas que ocupam um mesmo espaço no plano de produção econômica. No sistema capitalista a sociedade é dividida em dois blocos fundamentais: os trabalhadores e os patrões. Os operários entram com a força do seu trabalho e ganham apenas para sobreviver, enquanto os patrões administram o dinheiro e o poder. Assim a classe menos favorecida é apenas sujeita a decisões tomadas pela segunda classe, onde se enquadram também os órgãos governamentais. A vantagem do patronato é deter o capital, as terras, as máquinas e as ferramentas, garantindo assim o sucesso sobre esses órgãos e maior influência sobre eles, já que os mesmos ajudam a financiar vários projetos.

Ainda de acordo com Garcia (1982) os limites que definem os espaços das classes sociais não são estáticos, nem eternos. Uma classe ou apenas um grupo contido nela pode ampliar seu campo de ação. O número de trabalhadores é um exemplo disto, o próprio sistema capitalista exige uma maior demanda de mão-de-obra. Outro fator que interfere diretamente nas classes sociais é a qualificação profissional. Com os avanços tecnológicos o mercado exige cada vez mais trabalhadores qualificados, assim, conseqüentemente, o nível intelectual da massa proletária avança podendo compreender melhor sua situação e perceber a contradição entre o baixo nível salarial e os altos lucros das empresas. Com isso o diálogo entre esta classe vai gerar um movimento organizado, dando origem a sindicatos ou mesmo partidos políticos. Como pensou Marx:

Os comunistas diferenciam-se dos outros partidos proletários apenas em dois pontos: de uma parte, nas diversas lutas nacionais dos proletários, fazem prevalecer os interesses da nacionalidade; de outra parte, nos

7º Interprogramas de Mestrado

diversos estágios de desenvolvimento da luta entre proletariado e burguesia, representam sempre o interesse do movimento geral (MARX, 1996, p.75)

A percepção de Goulart para esta classe de operários foi vital para sua consolidação política. As longas imagens contidas no filme (analfabetos, trabalhadores rurais e operários) sem narrativa e sem trilha sonora se transformam em discurso ideológico.

A primeira delas é do comercial exibido pela televisão IPES (Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais) fundado pelo general Golbery do Couto e Silva, prócer do golpe e ideólogo do governo militar. Em outra, são inseridas cenas do filme ‘Encouraçado Potemkin’, de Sergei Eisenstein, com imagens da revolta dos marinheiros de 1917 (D’ALMEIDA, 2006, p. 7)

O final do filme é dramático. O enterro do estudante Edson Luís, morto pela ditadura, a cena com a multidão pedindo justiça, e o fechamento do Congresso é a próxima sequência que daria espaço para o fulminante ataque cardíaco de João Goulart no Uruguai. Novamente, agora moça, a sua filha Denize Goulart, diz que o maior sonho do pai era voltar ao seu país. Os carros atravessando a ponte em direção ao Brasil sugerem que ele voltou, só que morto. “Imagens do túmulo do ex-presidente encerra o documentário com um poema do compositor Fernando Brant.

Os acontecimentos daqueles dias,
ainda estão claros na memória:
fechado no escuro do quarto,
querendo fugir do mundo
que me chegava pelo rádio,
eu, pouco mais que um menino,
chorava, como se fosse morte
a viagem-fuga do Presidente Jango.
Os anos passados, a maturidade
e a vis.,o di-ria da injustiça e do ódio,
da opressão, da mentira e do medo,
me levam agora, adulto,
em nome da verdade e da história,
a reafirmar o menino:
as lágrimas derramadas em 64
continuam justas (BRANT, 1980)

7º Interprogramas de Mestrado

Fernando Brant, Milton Nascimento e Vagner Tiso estiveram entre as principais figuras da campanha pela redemocratização no país no início dos anos 1980.⁸

O filme de Tandler funcionou como instrumento de contrapropaganda política, já explicitado anteriormente, conforme Domenach. Garcia compartilha esta idéia. “Quando não conseguem obter monopólio das informações através do controle ideológico, os grupos procuram neutralizar as idéias contrárias através da contrapropaganda (Garcia, 19982, p. 60).

A discussão de um tema que incomodava o regime militar na época funcionava como esclarecimento as novas gerações e estímulo cultural àqueles participavam intensamente dos movimentos políticos que posteriormente acabariam com a ditadura militar no Brasil. Os números de público do documentário Jango, tanto no circuito comercial como em cinecluber de estudantes de diretórios acadêmicos confirmam a oportunidade de realização do filme. O sucesso que obteve com o público o transformou num instrumento de contestação do regime militar.

CONCLUSÃO

Jango teve sua vida marcada por dois grandes mitos, trabalhou nos governos de JK e Getúlio Vargas. A herança populista marcada e enfatizada no filme de Silvio Tandler resgata a tentativa de se tornar também um mito. Assim como um produto, o candidato é apresentado ao seu eleitorado. No caso de Goulart, mesmo depois de morto, sua imagem foi reconstruída no filme, que bateu recordes de audiência. O marketing político trabalha exaustivamente isso conforme podemos verificar ao longo deste trabalho, desde os tempos da segunda guerra mundial até a indústria cinematográfica hollywoodiana.

⁸ Diretas Já foi um movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas no Brasil ocorrido em 1983-1984. A possibilidade de eleições diretas para a Presidência da República no Brasil se concretizou com a votação da proposta de Emenda Constitucional Dante de Oliveira pelo Congresso. Entretanto, a Proposta de Emenda Constitucional foi rejeitada, frustrando a sociedade brasileira. Ainda assim, os adeptos do movimento conquistaram uma vitória parcial em janeiro do ano seguinte quando seu principal líder, Tancredo Neves, foi eleito presidente pelo Colégio Eleitoral.

7º Interprogramas de Mestrado

A aproximação de Goulart com os sindicatos de trabalhadores urbanos, que era uma orientação de Vargas, garantiu-lhe uma base sólida de sustentação tanto para conferir-lhe legitimidade na arena política, quanto serviam como foco irradiador de propaganda e aliciador de militantes, mas também lhe rendeu oposição da classe dominante alimentada pelo imaginário do subversivo, citado durante este trabalho. Os trabalhadores foram o grande alvo das iniciativas persuasivas em todos os âmbitos da comunicação –midiática massiva e/ou inter-pessoal.

No Brasil do século XX, ocorreram pelo menos três momentos de aproximação entre as técnicas da propaganda política fascista e governos/governantes dos respectivos períodos: no Estado Novo, com Getúlio Vargas; na ditadura de 1964-1985, com os governos militares; e, mais recentemente, no anos 1990, com Fernando Collor de Melo. Se, por um lado, Getúlio Vargas criou a figura do ‘marmiteiro’, trabalhador que levava de comida de casa para o trabalho, e através desta imagem mandou cunhar milhares de broches de lapela para distribuir em suas campanhas eleitorais (...) A exploração de símbolos abstratos e fortes, como “marmiteiros” e “marajás”, surge na esteira de criações das imagens do fascismo, como se fossem as camisas-pretas a serviço de Mussolini para espancar, inspirar ódio pelo diferencial que representavam (QUEIROZ, 2004, p.66).

Outra estratégia de simbologia do governo de João Goulart foi às reformas de base. Como o sucesso das leis trabalhistas, enquanto estava como Ministro do Trabalho, no governo de Vargas, deu impulso a Jango continuar a luta por essa bandeira. O grande problema, segundo o filme de Tandler, é que Goulart não tinha espírito de liderança, nem era tão forte politicamente como JK e Vargas. E um mito se constrói com vários ingredientes, como dito anteriormente.

Os ataques constantes de seus adversários surtiram efeito e Jango não teve “pulso” o suficiente para manter a postura de “herói” e “pai dos pobres”, imagem esta que o ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva incorporou tão bem, décadas depois. O propagandista frequentemente procura influenciar seu público pela substituição de termos favoráveis ou desfavoráveis, com uma conotação emocional. Ao invés de ser conhecido como o sucessor do “pai dos pobres”, os adversários de Jango divulgavam o nome de “vermelho” para comunista e subversivo, ou mesmo, comedor de criancinhas.

7º Interprogramas de Mestrado

A dedução dessas diferenças não-existentes e o exagero do significado de pequenas diferenças de fatos existentes culminaram no fracasso político de Jango. O filme sobre sua vida política, apesar de tentar mistificar, apresenta estes fatores.

O documentário de Tandler reconstrói a imagem de João Goulart sob o olhar de uma tendência política – a esquerda intelectualizada- em um mito. É interessante frisar que João Goulart já estava morto e já havia passados 20 anos de sua deposição, o documentário Jango sustenta a oposição a um regime em decadência e o apoio ao processo de redemocratização. Assim a mitologização encravada no filme sustenta também um sentido de identidade às pessoas que o assistem, viabilizando o pertencimento ao movimento anti ditadura. “As mitologias acabam ajudando as pessoas a entenderem quem elas são. O sentido da identidade torna-se cada vez mais importante nesse mundo moderno onde é muito fácil perder o rumo. As pessoas precisam sentir-se arraigadas e espiritualmente centradas” (RANDAZZO, 1996, p.82-83).

Apesar de João Goulart não ter conseguido a mistificação (em vida), o documentário de Tandler, demonstra que os filmes refletem as correntes e atitudes existentes numa determinada sociedade. O cinema é afetado pelo contexto político, social e econômico da época e a visão do seu diretor é inconsciente ou consciente, exposta ou escondida no roteiro do longa metragem.sobre

O cineasta Silvio Tandler insere-se no panorama contemporâneo da produção de reflexão sobre a política no Brasil com um conjunto de obras que perpassam os ex-presidentes, João Goulart, JK e Jânio Quadros absolutamente necessárias a todos aqueles que se interessem pelo desenvolvimento e aperfeiçoamento do Marketing Político no Brasil. Visto com os olhos de hoje o filme Jango é o retrato objetivo de uma época de lutas que culminaram com a consolidação do processo democrático no Brasil e deixaram pra trás as longas noites de uma ditadura que não se pensa mais em ter no nosso país. Com narrativa detalhada daquele período Tandler prenuncia a chegada dos novos tempos do Brasil democrático.

7º Interprogramas de Mestrado

Com a leitura crítica que desenvolvemos a partir deste filme deixamos nossa contribuição ao projeto de pesquisa “Propaganda Política no Brasil Republicano” da UMESP, com a expectativa que outros autores enxerguem no cinema uma forma de manifestação igualmente importante como tem sido até aqui o jornalismo impresso, o rádio, a televisão e mais recentemente a internet. O cinema tem uma contribuição histórica relevante para a difusão da propaganda política no Brasil contemporâneo como demonstrei ao longo da nossa pesquisa.

FILMOGRAFIA

JANGO – Como, quando e porque se depõe um presidente da República. Direção de Sílvio Tandler. Roteiro de Sílvio Tandler. Texto de Mauricio Dias. Produção de Denize Goulart e Hélio Paulo Ferraz. Rio de Janeiro: Caliban Produções, 1984. DVD (117 min), son., p&b, color

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Alberto Carlos. **Os gabinetes parlamentaristas.** Disponível em <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/artigos/NaPresidenciaRepublica/Os_gabinetes_parlamentaristas>. Acesso em 13 de abr de 2011.

ARQUIDIOCESE DE SÃO PAULO. **Brasil: nunca mais.** 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1988.

BANDEIRA, Moniz. **O governo João Goulart: as lutas sociais no Brasil (1961-1964).** 4ª Ed. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1978.

BACZO, Bronislaw. **A imaginação social** In: Leach, Edmund et Alii. Anthropos-Homem. Lisboa Nacional/Casa da Moeda, 1985

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo,** Edições 70, Lisboa –Portugal, 1977

BARTHES, Roland. **Mitologias.** 4. ed. Rio de Janeiro: Difel, 1980.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema.** 3ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.

_____. **Cineastas e Imagens do povo.** São Paulo: brasiliense, 1985.

7º Interprogramas de Mestrado

_____ ; RAMOS, Alcides Freire. **Cinema e história do Brasil**. São Paulo: Ed. Contexto, 1988.

BEZERRA, Ada Kesea Guedes; LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. **A produção de mitos na política: a imagem pública de Lula no cenário midiático**. *BOCC –Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, Covilhã, p. 1-29, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-bezerra-a-producao.pdf>>. Acesso em: 20 de junho de 2009.

BOLSA Família. Disponível em <<http://www.mds.gov.br/bolsafamilia/>>. Acesso em: 24 jun. 2009.

BIBLIOGRAFIA, **João Goulart de. Presidentes do Brasil**. Disponível em <http://www.netsaber.com.br/biografias/ver_biografia_c_437.html>. Acesso em: 09 out 2008.

BROWN, J.A.C. **Técnicas de Persuasão** - Da propaganda à lavagem cerebral. Trad. Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1976.

BURKE, Peter. **A Fabricação do Rei** – A construção da imagem pública de Luís XIV. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed.: 1994.

CAMPBELL, Joseph; MOYES, Bill. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**; 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CUNHA, Magali do Nascimento. *A noção de imaginário por Corbelius Castoriadis*. Extraído do capítulo I dissertação de mestrado em Memória Social e Documento pela Universidade do Rio de Janeiro intitulada **Crise, Esquecimento e Memória. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro**; Rio de Janeiro, 1997.

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. De **Jango, de Sílvio Tendler, a Salvador Allende, de Patricio Guzmán, o documentário como ferramenta para a construção de memórias adormecidas**. Artigo apresentado no UNESCO - Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. 2006. Disponível em <<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/c/cd/GT5- CELACOM- 06- De Jango- Alfredo.pdf>>. Acesso em 03 de fev de 2011.

7º Interprogramas de Mestrado

- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**; E-book. Disponível em <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>> 1963
- DORIN, Lannoy. *Psicologia geral*. São Paulo: Livraria Iracema, 1987.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- ESCOSTEGUY, Diego. **O desafio dos dois Brasis**. *Veja*, São Paulo, 1 nov. 2006. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/011106/p_066.html>. Acesso em: 8 jun. 2009.
- FERREIRA, Marieta de Moraes. **As reformas de base** - Governo versus Congresso. In Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. A trajetória política de João Goulart: na presidência da República. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/comum/htm/index.htm> > Acesso em: 13 abr. 2011.
- GALINDO, Daniel dos Santos. **O sagrado na passarela**. *Estudos de Religião*: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, ano XXI, n. 32, p. 60-76, 1º semestre - 2007.
- GARCIA, Nelson Jahr. **O que é propaganda ideológica**. São Paulo: 10ª Ed. Brasiliense. 1982
- GASPARI, Élio. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Cia das Letras, 2002.
- GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOMES, Ângela de Castro. **O vice de Juscelino Kubistchek**. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/nav_jgoulart/htm/3Vice_presidente_JK/O_vice_de_JK.asp>. Acesso em: 10 fev 2010.
- GOMES, Wilson. **Theathrum Politicum: a encenação política na sociedade dos mass mídias**. In A Encenação dos Sentidos – Mídia, Cultura e Política. Rio de Janeiro: 1995.
- HOPKINS, Claude. **A ciência da propaganda**. São Paulo: Cultrix, 1966.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- _____. **O Homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- JUREMA, Abelardo. **Juscelino e Jango**, PSD e PTB. Rio de Janeiro: Artenova, 1979.
- LABAKI, A. **O Cinema dos Anos 80**. São Paulo: Brasiliense, 1991

7º Interprogramas de Mestrado

_____. **O Cinema Brasileiro: de o Pagador de Promessas à Central do Brasil.** São Paulo: Publifolha, 1998.

LAPLANTINE, Francois & TRINDADE, Liana. **O que é imaginário.** 1.ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

LIMA, Marcelo O. Coutinho. **Marketing eleitoral.** E-Book, 2002. Disponível em <<http://midiaexterna.wordpress.com/2008/05/21/marketing-eleitoral-por-marcelo-o-coutinho-de-lima/>>

MATTOS, S. **Censura de guerra**, da Criméia ao Golfo Pérsico. Salvador: Sind. dos Jornal. Profis. da Bahia, 1991. 51 p.

MARX, Karl. **O capital** – Crítica da Economia Política - Volume I – Livro Primeiro – O processo de produção do capital. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

MORAES, Denis de. **O imaginário vigiado.** A imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53). Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário.** Lisboa: Moraes Editores, 1970.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário.** Campinas, SP: Papyrus, 2005

PEREIRA, Wagner Pinheiro. **Cinema e propaganda política no fascismo, nazismo, salazarismo e franquismo.** In Revista História: Questões & Debates, Curitiba, n. 38, p. 101-131, Editora UFPR: 2003

PICOLIN, João Carlos. **As Metas e o Plano: Juscelino para presidente do Brasil** – As estratégias de comunicação política que ajudaram a eleger JK em 1955. Dissertação (mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo-SP: Umesp, 2001.

PINHEIRO, L.A. JK, **Jânio e Jango:** três jotas que abalaram o Brasil. Brasília: Letrativa, 2001.

POPULISMO. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/historia/dicionario/populismo.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

POPULISMO: **Getúlio Vargas:** exemplo de populismo brasileiro. Disponível em <<http://www.suapesquisa.com/historia/dicionario/populismo.htm>>. Acesso em: 10 out 2008.

7º Interprogramas de Mestrado

QUEIROZ, Adolpho. **Reflexos fascistas da propaganda política no Brasil.** In Marketing Político Brasileiro, Adolpho Queiroz (coordenador)., Piracicaba: Intercom/Cátedra da Unesco, 2004.

_____ et al. *De Quintino Bocaiúva a Duda Mendonça: breve história dos marqueteiros políticos no Brasil republicano* In **Marketing Político, do comício à Internet.** Adolpho Queiroz, Carlos Manhanelli e Moisés Stefano Barel (organizadores), São Paulo: ABCOP – Associação Brasileira de Consultores Políticos, 2007.

RAMOS, Fernando Pessoa. **O que é documentário.** Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/pessoa-fernao-ramos-o-que-documentario.pdf>>. Acesso em 01 de fev de 2011.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas.** São Paulo: Atlas, 1989, 2º edição.

SANTOS, Célia Maria Retz et al. **Marketing Político Eleitoral: Aspectos Históricos nas diferentes fases da República Brasileira.** In Opinião pública e marketing político SANTOS, Célia Maria Retz (Org.). Bauru (SP): FAAC - Unesp, 2007.

SKIDMORE, Thomas E. **Brasil: de Getúlio a Castelo.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 12ª edição, 1982.

SIMIS, Anita. **Cinema e política cultural durante a ditadura e a democracia.** Relatório de Atividades do CONCINE, Segundo Semestre de 1988.

SIMIS, Anita. Estado e cinema no Brasil. São Paulo, Annablume/Fapesp, 1996.

SOUSA, Ranier. *História das eleições.* Disponível em <<http://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/historia-das-eleicoes/>>. Acesso em: 20 jun. 2009.

SOUZA, Carlos Roberto de. **A fascinante aventura do cinema brasileiro.** São Paulo, Cinemateca Brasileira, 1981.

SOUZA, Rose Mara Vidal de; GALINDO, Daniel. **Mito, simbolismo e outros ingredientes do marketing político.** São Bernardo do Campo, 2010.

SOUZA, Rose Mara Vidal de. **A imprensa na Segunda Guerra Mundial.** Texto apresentado à disciplina de Marketing Político Internacional, ministrada pelo professor

7º Interprogramas de Mestrado

Doutor Adolpho Queiroz, no mestrado em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo – SP, 2010.

TENDLER, Sílvio. A trajetória de um documentário. Entrevista concedida a Pedro Vasquez.

Folhetim, n°.376, p.8-9, 1º abr.1984.

RANDAZZO, Sal. **A criação dos mitos na publicidade**: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

ROCHA, Daniela; FRANCO, Lincoln. **A importância do cinejornal na campanha eleitoral de Getúlio Vargas em 1950**. In Marketing Político, do comício à internet. Adolpho Queiroz, Carlos Manhanelli, Moisés Stefano Barel (org). São Paulo: ABCOP- Associação Brasileira de Consultores Políticos, 2007.

ROUANET, Sérgio Paulo. **Imaginário e dominação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro Ltda., 1978.

TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

TOLEDO, C.N. **O governo Goulart e o golpe de 64**. São Paulo. Brasiliense. 1986.

ULSON, Glauco. **O método junguiano**. São Paulo: Ática, 1995.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural. 1983.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: Planejamento e métodos. 2. Ed. Porto alegre: Bookman. 2001.