



Lula lança campanha para brasileiro recuperar auto-estima

Samba do crioulo-doido

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva lançou uma campanha em favor da auto-estima, feita “de graça” por uma agência que já trabalha para o governo. Jogou no lixo a histórica pregação estatista do PT e, com 20 anos de atraso, mimetizou Reagan e Thatcher e disse que Estado cria “problemas”. Neste samba-do-crioulo-doido do lulo-petismo, Raul Seixas e Paulo Coelho se casaram com Câmara Cascudo...

Tradução do samba

Calma, leitor, vamos explicar a formulação acima. Ao aderir à campanha publicitária lançada ontem pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), que se propõe a recuperar a auto-estima dos brasileiros, o governo do presidente Lula reeditou no Brasil uma espécie de campanha do “Ame-o ou deixe-o”, que vigorou nos anos 70, durante o regime militar (1964-1985).

Desconexão

A campanha, intitulada “Eu sou brasileiro e não desisto nunca”, foi desenvolvida gratuitamente pela agência Lew, Lara, uma das três agências que venceram a concorrência para fazer a propaganda do Planalto — as outras duas foram a Duda Mendonça e a Matisse. No lançamento da campanha, em um hotel de São Paulo, o presidente fez um discurso algo desconexo, que misturou rudimentos de psicologia, sociologia em estado larvar e impressionismos que têm pouco ou nada a ver com os fatos.

O Estado do PT

Sob o pretexto de criticar aqueles que supervalorizam o papel do Estado na sociedade (a exemplo do PT, desde a sua criação até chegar ao poder, em 2003), Lula falou como um convertido a um misto de reaganismo e thatcherismo e disparou: “O Estado pode resolver uma parte dos problemas ou pode ser o indutor para resolver parte dos problemas. No Brasil, historicamente, o Estado criou muitos problemas”.

A crítica na crença dos poderes do Estado serviu para vender a idéia de que a “outra parte [dos problemas] é a sociedade que tem de resolver, sobretudo a família”.

Família

Para o presidente, os problemas, muitas vezes, nem têm origem econômica — seriam decorrentes de “um processo de desagregação da sociedade brasileira a partir da crise da família”. Na campanha, serão apresentadas pessoas consideradas exemplos de persistência e superação de adversidades, como o jogador Ronaldo, o músico Herbert Vianna, o ex-interno da Febem (Fundação Estadual do Bem-Estar do Menor) Roberto Carlos Ramos, que hoje é pedagogo e cuida de 12 crianças, e Maria José Bezerra, que, depois de fugir de casa para evitar a violência paterna, hoje é mestra em história.



Maluco Beleza

A música-tema da campanha é *Tente outra vez*, de Raul Seixas, Paulo Coelho e Marcelo Motta, e a frase-tema é “O melhor do Brasil é o brasileiro”, do folclorista Luís da Câmara Cascudo (1898-1986). Lula espera que a campanha preencha um “vazio”, que levaria os jovens a não cultuar heróis, apenas ídolos esportivos. A falta de auto-estima, acredita o presidente, “vem ainda do tempo do Brasil Colônia”.

Quem foi

A solenidade foi acompanhada pela primeira-dama, Marisa Letícia, pelos ministros Ciro Gomes (Integração Nacional), Luiz Fernando Furlan (Desenvolvimento, Indústria e Comércio) e Luís Gushiken (Secretaria de Comunicação), além da prefeita de São Paulo, Marta Suplicy, e dos empresários Abílio Diniz (Pão de Açúcar), Antonio Maciel Neto (presidente da Ford do Brasil) e Márcio Cypriano, presidente da Febraban (Federação Brasileira das Associações de Bancos).

Quem não foi

O governador Geraldo Alckmin não foi. Talvez tenha intuído que o palanque foi montado para que brilhasse a candidata-prefeita de São Paulo, Marta Suplicy. Leia mais no site do **Primeira Leitura** (www.primeiraleitura.com.br).

Assim falou... *Luiz Inácio Lula da Silva*

“Temos um processo de desagregação da sociedade brasileira a partir da crise da família.”

Do presidente da República, tentando minimizar a responsabilidade do Estado no trato da crise social.

Vamos invadir o Bloguistão!

Se quase tudo na mídia dita profissional lhe parece chato, aborrecido, repetitivo, eivado de bons sentimentos que se vendem a preços módicos, então não perca mais tempo leia Wunderblogs.com, livro de estréia da editora Barracuda. Uma gente quase anônima, ali reunida, responde pelo que de mais inteligente se tem escrito no país fora dos círculos ultraespecializados disso e daquilo.

A exemplo do que fazemos nós, os jornalistas, ninguém demonstra ser especialista em nada. A diferença é que escreve com muito mais liberdade, sem pensar na carreira, na linha editorial do “veículo” ou nos chiques e delíquios do chefe.

*** A coluna é produzida pelo site Primeira Leitura – www.primeiraleitura.com.br**

Date Created

20/07/2004