

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

“2 FILHOS DE FRANCISCO”:

**Um fenômeno de público apoiado no
enraizamento cultural brasileiro.**

Sylvestre Luiz Thomaz Gonçalves Netto

São Paulo

2008

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

**“2 FILHOS DE FRANCISCO”:
Um fenômeno de público apoiado no
enraizamento cultural brasileiro.**

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Comunicação da Universidade
Paulista - UNIP, para obtenção do título de
mestre em Comunicação, sob orientação do Prof.
Dr. Geraldo Carlos do Nascimento.

Sylvestre Luiz Thomaz Gonçalves Netto

**São Paulo
2008**

SYLVESTRE LUIZ THOMAZ GONÇALVES NETTO

“2 FILHOS DE FRANCISCO”: Um fenômeno de público apoiado no enraizamento cultural brasileiro.

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Geraldo Carlos do Nascimento.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Geraldo Carlos do Nascimento
Universidade Paulista - UNIP

Profª Drª Bárbara Heller
Universidade Paulista - UNIP

Prof. Dr. Adilson Ruiz
Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação à Adélia, minha mãe, amiga e educadora, por tudo que me amou, ensinou e educou, quando estive conosco, e à Eliana, minha esposa e companheira, que em momento algum me faltou, nos bons e maus momentos.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Geraldo Carlos do Nascimento, pela competência, paciência e bondade com que me conduziu ao longo desta jornada, fazendo fazer.

À Profa. Dra. Bárbara Heller, pelos ensinamentos, amizade e incentivo.

À Profa. Dra. Malena Segura Contrera, por tudo que me trouxe de novo.

À CAPES – PROSUP, pela bolsa que me foi concedida.

Agradeço ainda, a todos que de alguma maneira colaboraram na execução deste trabalho.

“Não há saber maior ou saber menor. Há saberes diferentes.”
Paulo Freire

*“Nada na vida deve ser temido, somente compreendido.
Agora é hora de compreender mais, para temer menos.”*
Marie Curie

“Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina.”
Cora Coralina

RESUMO

O tema do presente trabalho é a produção independente *2 filhos de Francisco*, e objetivou a análise das possíveis causas que o levaram a conquistar a condição de líder de audiência dos filmes brasileiros produzidos nos últimos vinte e cinco anos.

Sob a ótica comercial, trata-se de um produto singular na filmografia brasileira, sua construção deve-se às figuras de Zezé Di Camargo e de Luciano, dupla composta por irmãos, estrelas de primeira grandeza no universo fonográfico brasileiro, detentores de resultados incomuns na venda de discos.

Pautaram nossas análises, os processos externos e internos utilizados na produção do filme. Dentre as ilações delas retiradas, merecem destaque as mediações nele contidas, pautadas nas figuras dos sertanejos/retirantes e na trajetória heróica de seus personagens, o esmero técnico de que está revestido, e o suporte mercadológico que envolveu seu lançamento.

O primeiro capítulo trata dos caracteres mercadológicos que compuseram o filme, analisando-os à luz das técnicas de marketing, e do processo midiático que o acompanhou.

O segundo situa *2 filhos de Francisco* na historiografia do cinema brasileiro, analisa as figuras dos heróis nele contidas, e é finalizado com um traço social do sertanejo nos dias atuais.

No capítulo final, o filme foi decomposto em seis etapas e organizado a partir da tessitura da trilha sonora nas cenas que entendemos essenciais.

Dentre os vários trabalhos que nos serviram de instrumental teórico, destacamos os estudos sobre as mediações de Jesús Martín-Barbero, o texto de Ismail Xavier que versa sobre o discurso cinematográfico, e no

percurso do cinema brasileiro, Paulo Emílio Salles Gomes, Sidney Ferreira Leite e Pedro Butcher. Quando tratamos da figura do herói, nos apoiamos em Joseph Campbell, Lutz Müller, Junito de Souza Brandão, Sal Randazzo e Malena Segura Contrera. Outros autores e estudiosos das áreas de Comunicação, Sociologia e Mercadologia foram citados e contribuíram na construção deste texto.

ABSTRACT

The topic of this paper is the independent movie production of “*2 filhos de Francisco*” (*The two sons of Francisco*) and it intends to analyze the possible causes which have taken this movie to capture a blockbuster position among the movies produced in Brazil in the last 25 years.

As to the commercial aspect, it has become a unique product in the Brazilian movie industry, and its success is attributed to Zezé de Camargo and Luciano, the two brothers who sing country music together and are as well top stars in the Brazilian music universe holding outstanding CD sales.

Our analysis is based on external and internal processes used for the production of this film. Among the conclusions we should highlight the mediations comprised in it based on characters from the backcountry/migrants and their heroic paths taken by the movie characters, its technical excellence and the marketing support committed to its release.

The first chapter is about the marketing characteristics comprised in the movie, analyzing them under marketing techniques and under the media process which followed.

The second chapter locates the film “*2 filhos de Francisco*” into the Brazilian movie History, analyzing the hero roles in the story and it closes with the analysis of the backcountry dwellers social traits nowadays.

In the final chapter, the film was divided into 6 parts and organized from the soundtrack tessitura of the scenes we have considered most important.

Among the various papers who have provided us with the necessary theory basis, we mention the studies on Jesús Martín-Barbero’s mediations, on Ismail Xavier’s text which talks about the cinematography

discussion and on the Brazilian movie History by Paulo Emilio Salles Gomes, Sidney Ferreira Leite and Pedro Butcher. We have based our hero analysis on Joseph Campbell, Lutz Muller, Junito de Souza Brandão, Sal Randazzo and Malena Segura Contrera. Other authors and scholars on Communication, Sociology and Marketing have been mentioned and contributed to the construction of this text.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1 - AS RAZÕES DO SUCESSO.....	19
1.1 Uma análise possível do processo mercadológico em <i>2 filhos de Francisco</i>	19
1.1.1 O composto mercadológico em <i>2 filhos de Francisco</i>	23
1.1.2 As variáveis internas do filme.....	27
CAPÍTULO 2 - A FIGURA DO SERTANEJO NO CINEMA BRASILEIRO E OS ELEMENTOS QUE APOIARAM O SUCESSO COMERCIAL DE 2 FILHOS DE FRANCISCO.....	31
2.1 O sertanejo no cinema brasileiro.....	31
2.2 O filme e seus heróis.....	36
2.3 A figura do sertanejo.....	45
CAPÍTULO 3 - A NARRATIVA FÍLMICA DE 2 FILHOS DE FRANCISCO.....	48
3.1 O rádio.....	50
3.2 A gaita.....	53
3.3 A sanfona.....	58
3.4 A figura ambígua do bem/mal.....	66
3.5 A tragédia.....	71
3.6 Zezé Di Camargo & Luciano.....	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
BIBLIOGRAFIA.....	85
ANEXOS Letras da trilha sonora de <i>2 filhos de Francisco</i>	91

INTRODUÇÃO

Os irmãos Lumière criam na França, em 1895, o que se tornará a sétima arte. Desde então, muito se escreveu, estudou, criticou, articulou, previu, investiu, transformou e adaptou nesse fluxo aparentemente interminável que é o cinema. Juan Droguett em seu livro *Sonhar de olhos abertos* (2004), assim o define:

...Ele é o aparelho perfeito da mais antiga ilusão, da sombra chinesa, da câmara escura, da lanterna mágica e da fábrica de sonhos; códigos figurativos intensificados pela rica perspectiva da fotografia associada ao movimento, à duração, ao som e à vitalidade das cores. A “impressão de realidade” que disso resulta parece realizar o sonho positivista de armazenar e reproduzir o factual.

O cinema resistiu às mais variadas inovações tecnológicas no campo da comunicação audiovisual, preservando o mérito de ser a única arte nova no mundo novo.

Em seu primeiro estágio, adaptou-se e usou os modelos de produção capitalista com a criação dos grandes estúdios, do processo de distribuição massiva, com a cooptação das demais mídias (rádio, jornal, revistas de atualidades e específicas) ao glamour do *star system*.

No segundo, com o evento da televisão, proclamaram seu declínio e fim; ele porém soube transpor esse obstáculo, fazendo desta sua cliente, com resultados comerciais tão ou mais expressivos que em sua vertente original, as salas de projeção. Hoje, não é incomum um filme estrear na tela pequena para em seguida transformar-se em sucesso de público e/ou de crítica no nobre palco da tela grande.

No presente estágio, na fluidez do tempo pós-moderno (BAUMAN, 2004), na era da iconofagia (BAITELLO Jr., 2005), na sedação dos homens frente ao computador e à tv (ROMANO, 2006), sistemas que

inexoravelmente se tornarão híbridos com o advento da digitalização, o cinema se mantém em alta, valendo-se desses meios para divulgá-lo, para mantê-lo atual, para compor discussões e principalmente para instigar seus receptores a consumi-lo, saciando-os com seus sonhos, sua beleza e sua luz, entregando-lhes por meio de suas fantasias e realidades, possíveis ou impossíveis, um sentido, que vem a ser seu produto maior.

Seduzidos por essa trajetória, e dada a sua relevância e instigância, escolhemos como objeto de análise o filme *2 filhos de Francisco*, direção de Breno Silveira (2005) pelo fato de ser a indústria cinematográfica tratada prioritariamente pela “academia” sob o ponto de vista estético, ideológico e filosófico, minimizando-se os aspectos de marketing e de comercialização da mesma.

Se aceita como pertinente a afirmação de Martin-Barbero (1987) que:

As pessoas vão ao cinema para se ver, numa seqüência de imagens que mais do que argumentos lhes entrega gestos, rostos, modos de falar e caminhar, paisagens, cores. Ao permitir que o povo se veja, o cinema o nacionaliza...,

então também é verdade que há um espaço imenso a ser ocupado, buscando atender a demanda de um país de 200 milhões de habitantes, com 60% de sua massa populacional inserida nas camadas D e E do “Critério de Classificação Econômica Brasil” (IBGE, 2000), ávidos de se verem, com características e cotidianos próprios, em sua identidade histórica, e não apenas com modelos importados, o que se desenvolve de maneira sistemática.

Respaldados em dados históricos preliminares, e apoiados nos textos clássicos *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento* e *Introdução ao cinema brasileiro*, o primeiro de Paulo Emílio Salles Gomes (1986) e o segundo de Alex Vianny (1983), e no recente *Cinema brasileiro – Das origens à Retomada* de Sidney Ferreira Leite (2005), pode-se visualizar a cinematografia brasileira disposta em pelo menos quatro estágios:

- Do nascimento ao pré-getulismo;
- Getulismo, pós-getulismo e os grandes estúdios, com destaque para a Companhia Vera Cruz, Atlântida, Cinédia e Maristela;
- O cinema novo;
- A retomada/renovação, o cinema contemporâneo, no qual se insere o já emblemático *2 filhos de Francisco* como paradigma, com os resultados alcançados, fruto de sua estrutura comercial.

Por si só este marco determina a importância do tema, encorpando-o mais e mais se a ele juntarmos o recente “*Se Eu Fosse Você*”, filme de 2006 recordista de público em seu ano de lançamento, que levou às salas de exibição 3.645.000 de espectadores¹, sustentando a idéia, de que dentre os mecanismos geradores de resultados economicamente satisfatórios utilizados pelo meio, sem o charme do *star system*, está a *linkagem* de atores “globais”² com a tela grande, transferindo o sucesso momentâneo de um meio a outro, com roteiros que privilegiam a trajetória do herói, elemento mítico que permeia desde sempre o imaginário popular.

Fazendo o cinema parte do composto midiático que resulta na chamada *Indústria Cultural*, compete-nos uma viagem ainda que superficial às teorias que a definem.

Segundo Adorno (2002), em *A indústria cultural e sociedade*, a expressão foi empregada pela primeira vez no livro *Dialehtik der Aufklärung*, publicado por ele e Horkheimer em Amsterdã, no ano de 1947. Ainda em *A indústria cultural*, esse autor a define como:

... a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com o prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle

¹ Fonte: adorocinema. cidadeinternet. com.br/filmes/se-eu-fosse-voce

² Atores do sistema Globo de Televisão.

social não era total. Na medida em que nesse processo a indústria cultural inegavelmente especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo, acessório da maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. O termo **mass media**, que se introduziu para designar a indústria cultural, desvia, desde logo, a ênfase para aquilo que é inofensivo. Não se trata nem das massas em primeiro lugar, nem das técnicas de comunicação como tais, mas do espírito que lhes é insuflado, a saber, a voz de seu senhor. A indústria cultural abusa da consideração com relação às massas para reiterar, firmar e reforçar a mentalidade destas, que ela toma como dada a priori, e imutável. É excluído tudo pelo que essa atitude poderia ser transformada. As massas não são a medida mas a ideologia da indústria cultural, ainda que esta última não possa existir sem a elas se adaptar.

No texto *Os paradigmas no ensino da comunicação: a transgressão epistemológica* de Cardoso (1991), o autor, quando trata da *Escola de Frankfurt e a “Indústria Cultural”*, faz a seguinte colocação:

O conceito **indústria cultural** tornou-se um mecanismo de análise para interpretar os produtos culturais como mercadorias em busca do seu espaço no mercado de consumo. Esse enfoque impossibilitou a inteligibilidade, até mesmo com certa normalidade, que no contexto das sociedades de massa, os produtos culturais são, como qualquer outro produto, dependentes da sustentação material, assim como da lógica de mercado. A grande vulnerabilidade teórica da escola é, sem dúvida, seu extremo pessimismo em relação à sociedade tecnológica. No universo da comunicação de massa nada se salva. O cinema, a dimensão do **prazer artístico**, o humor e a

televisão pertencem a uma esfera de homens triviais, que se perdem na busca e aceitação de uma **arte inferior**. Há, portanto, no pensamento dos frankfurtinianos, com exceção de Benjamin, uma visão aristocrática da cultura, que se nega a aceitar a existência de uma pluralidade de experiências estéticas e de maneiras distintas de se fazer arte e de usá-la socialmente.

Em *Dos meios à mediação*, Martin-Barbero (1987) alerta que o conteúdo do conceito de indústria cultural não se dá de uma vez, mostrando o perigo de buscá-la em uma frase solta, sob o risco de desvirtuá-la.

A seguir, trataremos a concepção teórica e conceitual desenvolvida pela *Indústria Cinematográfica* em seu escopo comercial, mostrando como a sua evolução chega aos dias de hoje.

Mais uma vez nos apoiamos em Martin-Barbero (1987) para o entendimento dos mecanismos que transformaram o cinema em indústria:

Inicia-se com a Primeira Guerra Mundial a decadência do cinema europeu e o estabelecimento da supremacia norte-americana. **Os filmes estrangeiros foram eliminados da programação das vinte mil salas de projeção dos Estados Unidos. No resto do mundo, os filmes norte-americanos ocupam de 60% a 90% dos programas, e a cada ano US\$200 milhões eram destinados a uma produção que ultrapassava a marca de 800 filmes. O investimento de US\$1,5 bilhão anuais tinha transformado o cinema numa empresa comparável, em termos de capital, às maiores indústrias norte-americanas: automóveis, conservas, petróleo, cigarros.** Não que até esse momento o cinema não tivesse representado um negócio: desde seus primórdios os produtores buscaram a rentabilidade, como demonstram as empresas pioneiras formadas por Pathé e Gaumont. É nos Estados Unidos, porém, que o cinema deixa de arruinar

empresários e se destaca do espaço teatral para desenvolver sua própria linguagem. Passará então a dispor de um maquinário muito bem azeitado para **comunicar** o produtor com o produto, por intermédio de distribuidores e exibidores. As decisões de produção apontarão, assim, para um forte sistema de intervenções, numa trama de interesses coligados. **Os artistas foram controlados por aquilo em que os produtores acreditavam, os distribuidores foram controlados por aquilo em que os exibidores acreditavam, e estes por aquilo que o público desejava.** Se tal credo de fato funcionou economicamente, isto se deu graças aos ajustes que o sistema passou a empreender sobre o público, adaptando-o para o novo espetáculo. Nesse ajuste, o **star system** e a **criação de gêneros** foram pontos decisivos: ambos montavam o dispositivo comercial sobre mecanismos de percepção e reconhecimento popular.

Para tratar dos aspectos de fundo do estudo, ou seja, de seus caracteres de produção, se fará mister o claro entendimento dos pressupostos mercadológicos que açambarcam os conceitos de marketing, do seu surgimento ao marketing societal³, bem como as mediações nele contidas, nas quais os caracteres sociais e antropológicos, aqui apoiados em Franz Boas (2005), do qual retiramos, de sua conferência proferida no encontro da *American Association for the Advancement of Science*, Pasadena, em 15.09.1931, a seguinte opinião:

Podemos ter uma razoável certeza de que, onde quer que os membros de diferentes raças formem um único grupo social com laços fortes, os preconceitos e antagonismos raciais irão perder sua importância.

³ Em *Administração de Marketing* (2004), Philip Kotler explana que a orientação de marketing societal exige das organizações malabarismos com três considerações freqüentemente conflitantes: lucros para a empresa, satisfação dos desejos dos consumidores e interesse público.

Esta observação associada ao conceito de mediação de Martin-Barbero (OB.CIT), possibilita o entendimento do enraizamento cultural, muito próprio de nosso país, naquilo que concerne à sua *tipologia sertaneja*, variada, porém intrinsecamente comum.

Todorov (1999), em *O Homem Desenraizado* nos auxilia, quando passeia pela necessidade de enraizamento do ser humano, para que se sinta pertencente, sentido este que o possibilita, e mais que isso, o qualifica à vida social.

As raízes sertanejas de uma parcela expressiva da população brasileira e a miscigenação do real com o imaginário, quando a figura do “herói” ganha vida, explicam muito do resultado alcançado por *2 filhos de Francisco* junto ao público, posto seu enredo contemplar ambas situações, mediando-o social e antropologicamente com os espectadores.

Tratando da trajetória do herói, emprestamos conceitos de Lutz Muller, que em *O Herói* (1992) o desnuda e, nesta ação, clarifica o quanto aí residem processos mediatórios, colocando-o como uma possibilidade de meta atingível. É lúdico seu subtítulo *Todos nascemos para ser Heróis*, pois em seu entendimento o ato heróico não está no impossível, mas sim na conduta do cotidiano, quando conseguimos perpetrar o ato mais prosaico como, por exemplo, emocionarmo-nos com a figura comum da pobreza estampada nos olhos dos pedintes de qualquer esquina.

CAPÍTULO 1

AS RAZÕES DO SUCESSO

Pode-se atribuir ao filme *2 filhos de Francisco* pelo menos duas razões que explicam seu sucesso de público e de crítica. Uma delas fundada nas relações de ordem mercadológica, e a outra na construção de sua narrativa, apoiada na figura do herói. A seguir, trataremos cada uma delas mais pormenorizadamente.

1.1 Uma análise possível do processo mercadológico em *2 filhos de Francisco*

Do ponto de vista mercadológico, considera-se que o lançamento de um produto em qualquer mercado requer uma atenção especial; sabido que só se consome por desejo ou por necessidade, há de se fazer um produto que satisfaça a uma dessas condições. Por inúmeras razões, o mais comum é que os produtos cheguem ao mercado despertando desejos, e estes, uma vez disseminados, farão com que se transformem em necessidade, ou pela utilidade que o mesmo possua ou pela pressão social que exerça. Atingido este estágio, certamente o produto será um sucesso, e é o caso de *2 filhos de Francisco*, cujo lançamento, sob este ponto de vista, foi primoroso.

Sabedores do preconceito existente com relação ao gênero musical focado, e também quanto ao caipira, em faixas de público que o filme pretendia alcançar, seus produtores cercaram-se de cuidados na construção do produto. No início de agosto de 2005, quando de seu lançamento, em uma coletiva da equipe do filme à imprensa paulista, Caetano Veloso, por exemplo, dá o seguinte depoimento:

...Acho que ainda temos muitas reações contra os fenômenos populares da música popular brasileira.

Essas pessoas defendem a bandeira da irresponsabilidade profunda, como se os brasileiros não fossem capaz (sic) desses fenômenos comerciais.

Na mesma oportunidade, o diretor Breno Silveira assim se manifesta:

É importante quebrar o preconceito contra o gênero sertanejo e espero fazer isso. Eu mesmo tinha barreiras que se quebraram depois da produção.

Em 2005 o cinema levou às salas de exibição brasileiras 90.288.067 de espectadores, com a participação de 11,9% (10.744.280) em filmes nacionais, sendo que *2 filhos de Francisco* abocanhou 5.319.677 desse público, exatos 50%, número que se destaca na filmografia nacional. Como se pode verificar os cuidados não foram em vão.

Num momento em que já se discute o fim do renascimento/retomada, dada a queda de público para o produto nacional, como demonstra o quadro abaixo, ganha corpo o conceito de que o cinema brasileiro é composto por ciclos, inibindo assim a idéia de uma “indústria cinematográfica nacional”.

Ano	Público
2001	9.000.000
2002	7.500.000
2003	21.000.000
2004	13.000.000
2005	10.750.000
2006	9.150.000

Fonte: MINC - Gerência de Desenvolvimento de Produtos Audiovisuais

Em um cinema onde o conceito de indústria não consegue, por motivos vários, se estabelecer, *2 filhos de Francisco*, como outros poucos filmes brasileiros, ilustra esta possibilidade. Analisando o composto do

produto, é possível visualizar todo o processo industrial nele contido: o estúdio que o produziu, Conspiração Filmes, em associação com ZCL Produções (produtora de Zezé Di Camargo & Luciano) e Colúmbia Tristar do Brasil, braço de uma companhia transnacional, responsável pela distribuição; o elenco formado em sua maioria por atores “globais”⁴; o enredo baseado na história de uma dupla de cantores sertanejos, campeões na vendagem de discos e figuras constantes na mídia eletrônica e impressa; a trilha sonora dirigida a quatro mãos por Caetano Veloso e Zezé Di Camargo; e a promoção no lançamento do filme, com chamadas na rede Globo de Televisão, a presença da dupla em programas como Faustão e Luciano Hulk, para citar apenas os mais prestigiosos.

Mega-estrelas do mercado fonográfico nacional, a dupla *Zezé Di Camargo & Luciano*⁵, só perde o primeiro posto de maiores vendedores de disco no Brasil para Roberto Carlos. Com o hit *É o amor* no primeiro disco, gravado em 1991, composição de Zezé Di Camargo, vende em seis meses 750 mil cópias, conquistando um disco de platina no ano seguinte, com 1.1 milhão de cópias. A partir daí a dupla só faz quebrar paradigmas, com o segundo disco chegando a 2 milhões de cópias, em 1992, número que os eleva à condição de integrantes das trilhas sonoras de novelas “globais”, e que os possibilita gravar em 1995 um disco em espanhol (150 mil cópias vendidas no lançamento) e a se apresentar nos EUA. Novos álbuns são lançados em 1994 e 1995, com o mesmo sucesso, e são convidados pela Rede Globo para integrar uma nova atração da emissora, o programa *Amigos*, sobre o qual voltaremos a falar. Com a mídia mantendo-os em evidência, o sucesso continua e a vendagem de seus discos segue aumentando. O disco de 1998 vende 200 mil cópias no pré-lançamento, e em 1999 conduzem shows pelo país combatendo a violência; o disco do ano chega rapidamente às paradas de sucessos. Em 2000, na comemoração dos 10 anos de carreira, a dupla monta um show superproduzido, e o espetáculo, com o lançamento de um CD que teve venda antecipada de 1 milhão de cópias, tem sua temporada em um dos palcos mais badalados da capital paulista, o Credicard Hall. Os

⁴ Atores com contrato de longa permanência e exclusividade com a Rede Globo de Televisão.

⁵ Fonte: Site da ZCL (produtora da dupla Zezé Di Camargo & Luciano)

lançamentos de novos álbuns continuam ininterruptos e em 2001 chega às praças o décimo primeiro disco, um segundo em espanhol e o seu primeiro DVD. Em 2003 são laureados com o Grammy⁶, e músicas do 13º álbum da dupla compõem parte da trilha da novela *Chocolate com Pimenta* da Rede Globo. 2004 reprocessa o ano anterior, nova premiação, e a novela *Cabocla* também da Globo, tem como tema a música *Nosso amor é ouro*, que lidera as paradas de sucesso das rádios em diversas regiões do país. Para comemorar os 14 anos de carreira lançam o DVD *Zezé Di Camargo & Luciano ao vivo na Estrada*, com direção de Mauro Lima, responsável pela produção de *Lisbela e o prisioneiro* (2003), diretor e produtor de *Meu nome não é Johnny* (2008), dentre outras longa-metragens. Abrem 2005 ultrapassando a marca dos 100.000 DVD's vendidos, caso raro no mercado brasileiro; levam 250.000 espectadores a uma apresentação no Parque do Ibirapuera em São Paulo, um recorde, e pilotam o lançamento de uma edição especial da revista *Caras Estilo Country*, em apresentação fechada para público VIP composto por 400 formadores de opinião (empresários, jornalistas e artistas) na Casa Fasano, também em São Paulo. É lançado ainda nesse ano um pacote pela Sony Music intitulado *Dois corações e uma história*, composto por sete CDs e um DVD, elencando 100 sucessos da carreira da dupla.

Esta conjunção de elementos, somados aos de caráter interno, que trataremos posteriormente, gerou um filme “arrasa quarteirão”⁷, algo incomum na produção nacional. As matizes do tratamento mercadológico dado ao produto, ainda que elementares, suscitaram o desejo de consumo nas várias classes sociais. Ricos e pobres, intelectuais e trabalhadores braçais, os retirantes que se encaminharam aos grandes centros e os cidadãos deles originários, os consumidores e não consumidores de música sertaneja, correram às salas de projeção. Os números das bilheterias atestam: o filme foi um sucesso. Breno Silveira, em depoimento retirado do *making-off* do filme, dá o tom do que se buscava:

⁶ prêmio internacional de música

⁷ Expressão usada pela mídia para designar filmes líderes de bilheteria.

...Meu maior sonho é que esse filme realmente rompa qualquer tipo de barreira de preconceito, não só com relação à música sertaneja, como com relação a filme nacional, como a tudo, porque eu fiz um filme que, se Deus quiser, é para qualquer tipo de público.

É muito difícil você assistir o filme e não gostar das músicas, porque não existe “não gosto de música sertaneja”, se você assistir o filme e entender a história, entender um pouco melhor as letras e o porque delas; tem um interior do Brasil que fala de um modo tão autêntico, tão bonito, que às vezes as pessoas tem que romper um pouco esse preconceito e escutar...

A pesquisa acadêmica sobre esse êxito é restrita, pois pelo que temos conhecimento, pouco se falou nesse meio sobre o filme, apesar de ter ganho prêmios, dentre os quais se distinguem os de *melhor diretor* para Breno Silveira e *melhor ator* para Ângelo Antônio no Grande Prêmio do Cinema Brasileiro de 2005, atribuídos pela Academia Brasileira de Cinema, e de ter sido o indicado pelo MINC (Ministério da Cultura) para concorrer ao prêmio de *melhor filme estrangeiro* no Oscar de 2006.

1.1.1 O composto mercadológico em 2 filhos de Francisco

Para melhor entendimento do processo mercadológico de *2 filhos de Francisco*, o decompusemos nas quatro partes do *mix de marketing*⁸ em sua ordem estrutural, ou seja, produto, preço, praça e promoção.

Quanto ao produto, merece destaque o fato de que usar o prestígio de astros da indústria fonográfica para alavancar filmes em direção ao êxito comercial não é novidade: a filmografia mundial, bem como a nacional, apresentam uma quantidade significativa de películas que utilizaram esta estratégia. Elvis Presley e Beatles estrearam sucessos no final da década de 50 até meados da de 60. No Brasil, Roberto Carlos

⁸ ...Um composto de marketing é uma combinação de ferramentas estratégicas usadas para criar valor para os clientes e alcançar os objetivos da organização. Há quatro ferramentas ou elementos primários no composto de marketing: produto, preço, praça(pontos de distribuição) e promoção. (Churchill, 2003)

reprocessou o esquema com êxito. Nelson Pereira dos Santos, em 1981, dirigiu *Na estrada da Vida*, a história de *Milionário e José Rico*, e em 2003 a Globo Filmes produziu *Acquaria*, sob a direção de Flávia Moraes, estrelado por *Sandy & Jr.*, jovem dupla de cantores, filhos de Xororó, da dupla *Chitãozinho e Xororó*, campeões na vendagem de discos. O enredo, trazendo para as telas histórias verídicas, também é fato recorrente; voltamos a citar *Na estrada da Vida*, nos restringindo apenas aos sertanejos. É relevante destacar que o filme de Nelson Pereira dos Santos, contando a vida de Milionário e José Rico, evidencia que o sucesso comercial desta dupla também acontece inicialmente nas rádios, para então trilhar o caminho com êxito na indústria fonográfica.

Martin-Barbero (1987) pressupõe no que tange à mediação, que esta se dá quando a mensagem (por exemplo, um discurso fílmico) está revestida de valores culturais, ideológicos ou sociais, identificados pelos receptores, o que os leva a aceitá-la, e mais do que isso, a consumi-la, pois se enxergam nesse processo comunicativo, independentemente do meio no qual foi veiculada. O enredo promove uma quantidade significativa de valores comuns à sociedade brasileira, tais como a trajetória do homem do campo para os grandes centros, sem, no entanto, perder hábitos próprios de suas raízes, tais como a alimentação, com nichos de mercado do tipo *Recanto Goiano*, *Tempero das Geraes*, *Casa do Norte*, *Casa da carne de sol*, *Espeto Gaúcho*, comumente encontrados nas capitais. O rádio, mídia modelar da *indústria cultural*, é destaque no enredo, promovendo e sustentando cenas expressivas do filme, como demonstrado na decupagem do mesmo. Além disso, há o caipira, não necessariamente aquele estereotipado e eternizado por Amácio Mazzaropi em filmes que se tornaram clássicos, como *Sai da Frente*, *Jeca Tatu* e *Tristeza do Jeca*, mas sim o homem “puro” do campo, ou seja, simples no modo de vida, com uma ligação direta e visceral com a terra, e cômico de suas limitações, uma figura identificada com uma parcela expressiva dos habitantes dos grandes conglomerados urbanos.

Encontramos, ainda, o apelo ao desejo popular do herói, aquele que “dá certo”, em um país em que o sucesso franqueado aos mais simples se atrela frequentemente a uma carreira bem sucedida no esporte mais

popular, o futebol, ou mesmo no meio artístico, situação que a história retrata.

Entendido o conceito do produto, passamos à análise do preço, item que neste caso detém duas faces: o da produção do filme e o valor a ser desembolsado pelo espectador para consumi-lo. Neste composto, verificam-se aspectos que fazem com que o produto trabalhado se diferencie de outros, pois não vincula ao seu desenvolvimento programas governamentais de financiamento. Foram gastos R\$ 5,9 milhões na produção do filme, integralmente arcados pelos produtores, o que acarretou que a filmagem acontecesse seguindo cronogramas rígidos, tanto no que tange às tomadas externas quanto às internas.

Foram dois meses de gravação em sua totalidade, e mais três semanas dedicados à montagem com inserção da trilha sonora, continuísmo, acabamento e distribuição⁹.

Este produto só beberá da água dos incentivos governamentais correntes na fase da exibição. Com a platéia já declinada, preço médio de bilheteria de R\$ 5,00, e os direitos de vendagem de DVD's, com dados precisos não disponíveis, podemos afirmar que o filme foi um inquestionável sucesso mercadológico. Não há fontes fidedignas, mas estima-se um faturamento superior a R\$ 50 milhões, valor que o magnifica quando comparado aos resultados de outros produtos nacionais, como *Tropa de Elite*, com 2 milhões e quatrocentos mil espectadores em 2007, seu ano de lançamento¹⁰, menos da metade da platéia de *2 filhos de Francisco*.

Essa quantia ainda seria engordada com o resultado dos “filhotes” do produto original: o CD da trilha sonora que conquista um disco de platina (150 mil cópias, segundo o modelo adotado no Brasil), e teria vida própria, com interpretações de pesos pesados da indústria fonográfica; um retorno de CDs anteriores da dupla aos *top-ten* no elenco dos mais vendidos, incremento na quantidade de shows contratados; maior visibilidade nas

⁹ Não incluímos nessa referência o tempo utilizado no desenvolvimento, pesquisa e elaboração do roteiro. Breno Silveira e Carolina Kotscho viajaram para Goiás, estiveram em Sítio Novo, onde a surpresa foi o local da história se encontrar praticamente intocado; conheceram Pirenópolis, locais em que várias entrevistas com a população local foram realizadas na pré-construção do filme.

¹⁰ Fonte: Folha Ilustrada de 24/02/2008.

mídias, o que gera um moto-contínuo no processo; e o direito na comercialização do filme para as redes de TV, o que faz amplificar a imagem da dupla junto ao consumidor, reiniciando o processo de consumo. Um balanço grosseiro nos aponta a um êxito comercial, e se apurado, a um grande sucesso.

A praça, elemento que exige esforços hercúleos nos processos de venda dos produtos, posto que se a mesma não os mantiver disponíveis ocorrerá o chamado marketing negativo, aquele que trafega na contramão do resultado positivo na colocação de um produto qualquer, estava garantida com 290 cópias, disponibilização simultânea em território nacional e apoio na participação em festivais internacionais de cinema, graças à associada *Colúmbia Tristar*, o já referido braço mundial participante da produção. Neste composto, praça, o produto é retro-alimentado pelo quesito preço, pelo menos no tocante ao seu CVP (Ciclo de Vida do Produto), quando este se alonga, mantendo-se vivo no imaginário de seus consumidores e conquistando outros, como já foi dito, via tela pequena, em horários nobres, bem como em canais fechados, finalizando ainda como reprise nobre daqueles mais assistidos. Esta técnica, de conservar um produto como “especial”, faz com que seu consumo se amplie, conquistando novos públicos, fidelizando os já existentes e alongando sua permanência na memória daqueles que o consumiram, elevando-o a uma categoria diferenciada, a dos clássicos, ou a dos campeões de audiência, resultado que o faz ser continuamente revisto e mantendo-o, assim, consumível.

A promoção do filme, apoiada pela *Globo*, maior complexo de comunicação do país e sócia do projeto, usou espaços em programas líderes de audiência da rede, como já mencionamos. Nestes programas, os protagonistas da história, Zezé Di Camargo & Luciano, cantam e contam sua vida apresentando seus pais: Francisco, figura central do discurso fílmico, e Helena, personagem marcante do enredo, dando ao público um aperitivo do produto. A publicidade, com chamadas constantes na mídia radiofônica e televisiva, alia a história da dupla ao elenco do filme, composto por atores da *Rede Globo*. A mídia impressa também foi

fartamente utilizada, com um sem número de entrevistas em revistas de atualidades.

Quando de seu lançamento, o filme já era ansiosamente aguardado pelo público em geral, e não somente pelos fãs da dupla, interessados em assistir à realização de um sonho quase impossível, posto que ocorre com muito poucos, mas mesmo assim vinculado ao real, e por isso mágico.

Outro componente de forte impacto emocional contido no filme é a figura da morte. Na época de sua produção, ainda era presente na memória dos consumidores de música sertaneja a morte de dois de seus ídolos: João Paulo, da dupla *João Paulo e Daniel*, em um acidente automobilístico; e Leandro, da dupla *Leandro e Leonardo*, vitimado por um tipo raro de câncer. Estas duplas, ao lado de *Chitãozinho e Xororó* e *Zezé Di Camargo & Luciano*, comandaram o show *Amigos*, que compôs a grade de “especiais de fim de ano” da *Rede Globo* em 1996, 1997, 1998 e 1999.

Após tudo concluído, o percurso da formação atribuído ao personagem parece obra pensada. O nascimento, o sofrimento, o aprender, o saber, a perda, o renascer, a reconquista e a plenitude, como em um conto de fadas, tudo se dá; porém, a história que o filme narra é fascinantemente real. Zezé também perdeu um parceiro, mas não ficou só; diferentemente das outras parcerias, forma nova dupla com o irmão Luciano, e é esta que alcança o sucesso.

1.1.2 As variáveis internas do filme

Avaliadas as variáveis externas que deram sustentação ao êxito comercial de *2 filhos de Francisco*, analisaremos agora as internas. A direção do filme, como já foi dito, ficou a cargo de Breno Silveira, estreando no comando de longa-metragem, mas já conceituado e premiado no universo da publicidade. Especialidade de Silveira, a fotografia do filme é primorosa, as tomadas externas feitas em Pirenópolis, interior de Goiás, receberam críticas positivas dos mais destacados jornais do país. A composição geral das tomadas mereceu menções elogiosas de uma

parcela significativa da crítica especializada¹¹. As premiações e indicações feitas ao diretor e elenco, se não garantem a qualidade do produto, no mínimo o referendam, e não faltaram; além das já citadas, a relação é tão extensa que a inserimos nos anexos, incluindo as categorias menos glamourosas como roteiro, montagem e som.

Maior bilheteria brasileira dos últimos 25 anos, o filme de Breno Silveira é revestido de apelos que levaram as camadas menos privilegiadas de nossa população (classes D e E) às salas de cinema, preservando concomitantemente um padrão de qualidade exigido pela classe média (B e C), o corpo massivo do público de cinema. Ele relata a vida de uma das “duplas sertanejas” mais populares do Brasil, popularidade expressa na vendagem de discos, imenso chamariz para a população de menor poder aquisitivo, valoriza a beleza do campo, empresta dignidade à pobreza e apresenta a trajetória do herói (pautada no desafio, aprendizado, superação e êxito), elementos que agradam a todas as classes. Assim, Silveira foi moldando a matriz de sua chave rumo ao sucesso.

Se o projeto era comercial, o que nos induz a achar devido à sua composição societária, portanto buscando atrair o mais amplo espectro de público possível, como já colocado, inúmeros cuidados foram tomados, que podem ser observados em pequenos detalhes. O nome original do filme era *A história de Zezé Di Camargo & Luciano*, o que provavelmente afastaria parcelas de público com renda mais elevada por causa da rejeição ao gênero de suas músicas; optou-se, então, por inserir o nome de Francisco, e na promoção do produto, como já dissemos, houve um “aperitivo” de seu “porque”, desvendando parte do enredo, tornando-o figura central da trama e responsável pelo encaminhamento da narrativa fílmica. Ângelo Antônio, intérprete de Francisco, ator “global”¹², desempenha seu papel de forma irretocável; os prêmios e a crítica o

¹¹ Dentre outras críticas, destacam-se as de Rubens Ewald Filho, que enaltece a qualidade técnica do filme e sua carga emocional (disponível no site do MINC em 09/2005), aspectos também ressaltados por Maria do Rosário Caetano, crítica da *Revista de Cinema* (2005).

¹² Ator permanente do cast da Rede Globo de Televisão.

comprovam¹³. Outros atores também merecem destaque: Dira Paes dá vida de forma comovente à Helena, esposa de Francisco; José Dumont, Paloma Duarte e Dablio Moreira igualmente foram premiados ou receberam indicações por suas atuações no filme.

Filme biográfico de uma dupla sertaneja, sua música tinha obrigatoriamente que estar presente. O expediente usado na conquista do público mais sofisticado foi a chancela de Caetano Veloso, responsável pela produção musical em conjunto com Zezé Di Camargo. No *making-off* do DVD¹⁴ da película, Caetano expressa o princípio do conceito de intertextualidade, quando diz que as cenas da película estão refletidas nas músicas da trilha sonora ou vice-versa.

...É exatamente isso que tá aí. É um choque, é uma emoção que arrebatava a gente porque parece assim que a gente está falando assim de uma coisa com uma clareza, com uma pureza d'alma, aí vem a própria coisa.

Além de Caetano, a trilha sonora apresenta interpretações de Ney Matogrosso, e o primeiro grande sucesso da dupla, *É o amor*, é legitimado pela voz inconfundível de Maria Bethânia, ou seja, cantores de forte aceitação entre a classe média, interpretando canções do gênero sertanejo, minimizando assim a resistência a este tipo de música.

O filme é uma história de vida que se inicia no campo, e este está presente no primeiro terço da narrativa, construindo forte identidade com parcela expressiva de nossa população. A amplitude geográfica do país leva às mais variadas denominações para o que se entende por “campo”. Encontramos em *Grande sertão: veredas*, de Guimarães Rosa, algumas possibilidades dessa nomeação:

...O sertão aceita todos os nomes : aqui é o gerais, lá é o Chapadão, lá acolá é a caatinga [...] O sertão não tem janelas nem portas.

¹³ Jornais *O Estado de São Paulo*, de 27/08/2005, *Folha de São Paulo*, de 30/08/2005 e *O Globo* de 23/08/2005.

¹⁴ Mais informações no *making-off* de DVD original.

Encontramos no *making-off* do filme um depoimento de Breno Silveira, que traduz essa idéia de amplitude do ser sertanejo:

Eu queria que ele fosse muito brasileiro, cada som, cada casa, cada personagem. Eu queria muito fazer um filme com cara de Brasil, que falasse de um outro Brasil que também não é o nordeste, não é o sul, não é o sudeste, é um filme para dentro do Brasil, mesmo.

Essa magnitude abre, sob o aspecto comercial, amplos horizontes para o consumo deste produto, que não são comuns a outros. Há aqueles apenas citadinos, outros interioranos, este alia ambos ambientes. Quando se dá no campo, granjeia os comuns a este; quando na cidade ou junto à modernidade (nas estradas), faz uso intenso da técnica de merchandising, engordando sua receita com a presença da Texaco e Bradesco. As populações metropolitanas foram contempladas com as tomadas em dois marcos paulistanos: o antigo, viaduto Santa Ifigênia, e o atual, esquina da Avenida Paulista com Consolação.

Não obstante todos os cuidados tomados, sem dúvida o maior apelo comercial deste produto é, pelo resultado já apresentado na indústria fonográfica e no universo televisivo, a dupla sertaneja *Zezé Di Camargo & Luciano*.

CAPÍTULO 2

A FIGURA DO SERTANEJO NO CINEMA BRASILEIRO E OS ELEMENTOS QUE APOIARAM O SUCESSO COMERCIAL DE 2 FILHOS DE FRANCISCO

Buscamos na trajetória do cinema brasileiro filmes que apresentam identidade com *2 filhos de Francisco*, seja pela presença do caipira ou ainda pela figura do herói. Alguns aspectos, que fogem ao processo de identificação com o objeto de estudo, merecem destaque e foram pontuados.

2.1 O sertanejo no cinema brasileiro

O cinema brasileiro ganhará impulso a partir de 1907, onze anos após sua chegada, quando da geração de energia elétrica industrial no Rio de Janeiro, propiciada pela recém construída usina do Ribeirão das Lages.

Neste primeiro instante, o composto que dá sustentação ao cinema, ou seja, seus quadros técnicos, artísticos e comerciais, serão formados essencialmente por estrangeiros que em sua terra natal já haviam experimentado a aventura cinematográfica.

Ainda que sem o mérito nos quesitos técnica e estética, o que não se pode analisar pois não há cópias conhecidas das produções dessa época, foram elas que, reproduzindo o que acontecera na Europa e nos Estados Unidos, popularizaram o cinema junto às camadas sociais menos privilegiadas no Brasil.

Já se vislumbra, em seu momento inicial, que o veículo de comunicação de massa no qual se transformaria o cinema, membro elitizado da indústria cultural, está impregnado dos princípios das mediações, princípios estes que estabelecem a possibilidade do

entendimento, pela massa receptora, das mensagens fílmicas emitidas, fazendo uso dos caracteres sociais, antropológicos, míticos e emocionais.

Na historiografia de nosso cinema, composta por ciclos, o período contido entre os anos de 1908 e 1911 ficará conhecido como *A Bela Época do cinema brasileiro*, anos que coincidem com a transposição do modelo artesanal para o industrial que ocorre nos centros mais avançados.

Neste curto espaço, dentre as várias produções, encontra-se *As Aventuras de Zé Caipira*, contemplando o sertanejo, filme produzido por Antônio Leal e José Labanca.

Já no nascedouro da primeira década do século passado, a arte de fazer cinema transformar-se-á em uma indústria prodigiosa, sobremaneira nos Estados Unidos da América do Norte, com a criação dos grandes estúdios, que integram a produção e distribuição de seus filmes.

A percepção do negócio promissor e altamente lucrativo propiciará ao cinema um enorme desenvolvimento tecnológico e vultosos investimentos, que o transformará em “indústria”. Esse processo, levado a cabo na Europa e nos Estados Unidos, não se repete no Brasil, em decorrência de sua incipiência industrial.

Com a eclosão da I Grande Guerra Mundial, em 1914, há a paralisação momentânea das produções européias, e o inevitável domínio americano do mercado cinematográfico.

As produções cinematográficas norte-americanas passam a dominar o cenário mundial, e no Brasil não será diferente, com a invasão destes filmes em praticamente todas as salas de projeções do território nacional.

O fato não causará estranheza ao público, já afeito ao hábito de consumir produtos estrangeiros, em um país essencialmente rural, com um atraso centenário em sua revolução industrial, não obstante esforços isolados de alguns cidadãos, caso modelar de Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá.

Vale aqui ressaltar que o consumo de produtos industrializados importados dominará no cenário nacional, até meados dos anos 60 do

século XX, na esteira de um processo de dominação econômica e cultural, vivida, sem exceção, por todos os países do chamado terceiro mundo.

Neste percurso, não tão longo, mas já distante, merece destaque a guerra alfandegária no tocante à importação de películas virgens, matéria prima escassa em nosso mercado devido ao lobby americano. O cinema brasileiro sobreviverá através da produção de documentários e cine jornais, captadores dos recursos para projetos ficcionais.

Sem a pompa de sua denominação atual, *Marketing Institucional*¹⁵, as chamadas “cavações” ganham corpo e notoriedade. Carla Miucci (2003), em seu ensaio *Cinema Brasileiro – Um panorama geral*, assim as descreve:

... onde por exemplo uma grande indústria contrata um cinegrafista e sua equipe para fazer um documentário institucional sobre a empresa, ou ainda importantes famílias encomendavam o registro de casamentos ou batizados.

A intertextualidade, que merecerá tantos estudos a partir de então, entra em cena, trazendo e transformando discursos literários em fílmicos, num primeiro momento, para em seguida, menos comumente, traçar o percurso inverso, seguindo em um universo multiplicador, propiciando as mais variadas possibilidades de diálogo no mundo das artes.

Salles Gomes (1986) salienta em *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*, o número expressivo de fitas intertextuais de clássicos da nossa literatura.

Nos anos de 1920 um fenômeno conhecido como “Ciclos Regionais” ganha corpo. Este ciclo pode ser definido pela produção de filmes em determinadas cidades do país, fora do eixo Rio-São Paulo. Modelarmente, podemos citar Cataguases, cidade mineira da Zona da Mata, berço de Humberto Mauro, tido por muitos especialistas como o

¹⁵ Técnica que promove a Instituição e não seus produtos.

principal cineasta brasileiro até a revelação Glauber Rocha, quarenta anos depois.

Em meados dos anos 20 a produção média anual de nosso cinema estará dobrada, agregando no processo quantitativo o elemento qualidade.

Esse recorte temporal também traz à tona as primeiras colunas de críticas especializadas, com jornais e revistas dedicando matérias ao cinema brasileiro; destaque para o periódico *Cinearte*, célula mater da Cinédia, companhia produtora de Ademar Gonzaga, que reuniu alguns dos próceres do cinema nacional: Gabus Mendes, Gentil Roiz, o jovem Mário Peixoto e Humberto Mauro, que lançará em 1933 *Ganga Bruta*¹⁶, indiscutivelmente uma obra prima da cinematografia brasileira, apesar do fracasso de bilheteria.



A partir de então, novo cenário se descortina, com a descoberta do cinema pelo governo.

Não passará indelével para o cinema o crack da Bolsa de Valores de Nova York, que levará as produções americanas, no rastro da depressão, a trabalharem consoantemente com as políticas do *New Deal*, com roteiros que proclamavam a confiança e a esperança na recuperação econômica dos Estados Unidos.

Se na América, os grandes estúdios atrelam seus produtos à política, trabalhando como aparelho ideológico do Estado, no Brasil o cinema participará do cenário político inicialmente pelas salas de aula, como uma alternativa possível para sua própria sobrevivência. É nesse cenário que, no final dos anos 1920, o professor Jonathas Serrano, em parceria com Francisco de Venâncio Filho, lançará o livro *Cinema e Educação*.

Vale lembrar que, este processo não é original, pois em 1910, no Congresso Internacional de Educação, realizado em Bruxelas, o cinema

¹⁶ A título de curiosidade, lembramos que a trama do filme se desenrola no interior do país.

já centralizara as atenções com as discussões sobre princípios morais empregados nas obras fílmicas.

Ferreira Leite (2005), em *Cinema Brasileiro - Das Origens à Retomada*, defende que o postulado do Congresso de Bruxelas, ainda que consideradas as diferenças entre as realidades européia e brasileira, desembarca no Brasil impactando nossos educadores, que entendem imediatamente as possibilidades oferecidas pelo cinema nacional como ferramenta educativa, usando as vertentes cinejornais e documentários.

Na década de 1930 a produção nacional praticamente inexistia, mas na seguinte cresce consideravelmente, fruto do estabelecimento de grandes estúdios, à imagem e semelhança do modelo americano. Neste ciclo são criadas a Cinédia, a Companhia Atlântida, a Companhia Cinematográfica Vera Cruz e Maristela Filmes.

Estes quatro estúdios contemplaram o caipira, o sertanejo e o retirante, em filmes como *Sedução do garimpo*, *Caiçara*, *O Cangaceiro*, *Sai da frente* e *Jeca Tatu*.

No final dos anos cinquenta, o Brasil vive sob o governo de Juscelino Kubtscheck que, com sua política de “50 anos em 5”, transformará conjunturalmente a sociedade brasileira, industrializando o país por meio da abertura de nosso mercado, o que atrairá o capital estrangeiro, trazendo junto com este a cultura dos países de origem, como o movimento neo-realista italiano, semente daquilo que será o chamado *Cinema Novo*.

Glauber Rocha, nome maior do *Cinema Novo*, eternizará o sertanejo nordestino com os filmes *O Dragão da Maldade contra o Santo Guerreiro* (1969) e *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1964).

Na década de setenta, já sob a égide da Embrafilmes, uma quantidade significativa de filmes, pautados no sertanejo, ganharão as salas de projeção. *Jerônimo, o Herói do Sertão* (1972), *O menino da porteira* (1977), com enredo criado a partir da música, e as várias aventuras protagonizadas por Mazzaropi merecem destaque por seus resultados comerciais.

Praticamente paralisado no início da década de noventa, o cinema brasileiro retoma o fôlego a partir de 1994 com o ciclo denominado

Retomada, cujo produto mais insigne comercialmente falando é *2 filhos de Francisco*.

2.2 O filme e seus heróis

Um resultado possível na leitura do texto fílmico em busca da figura do herói é encontrarmos dois personagens com estas características, que alternam esta condição ao longo da história: Francisco e Mirosmar (Zezé). Embora não haja na narrativa a figura clássica do herói, pode ser encontrado um composto de vários fragmentos que apontam para esse papel narrativo.

*O Herói de mil faces*¹⁷ de Joseph Campbell (2005), mostra de maneira contundente a necessidade do ser humano identificar-se com figuras heróicas.

¹⁷ Na página 241, Campbell resumidamente apresenta a aventura do herói:

O herói mitológico, saindo de sua cabana ou castelo cotidianos, é atraído, levado ou se dirige voluntariamente para o limiar da aventura. Ali, encontra uma presença sombria que guarda a passagem. O herói pode derrotar essa força, assim como pode fazer um acordo com ela, e penetrar com vida no reino das trevas (batalha com o irmão, batalha com o dragão; oferenda, encantamento); pode, da mesma maneira, ser morto pelo oponente e descer morto (desmembramento, crucificação). Além do limiar, então, o herói inicia uma jornada por um mundo de forças desconhecidas e, não obstante, estranhamente íntimas, algumas das quais o ameaçam fortemente (provas), ao passo que outras lhe oferecem uma ajuda mágica (auxiliares). Quando chega ao nadir da jornada mitológica, o herói passa pela suprema provação e obtém sua recompensa. Seu triunfo pode ser representado pela união sexual com a deusa-mãe (casamento sagrado), pelo reconhecimento por parte do pai-criador (sintonia com o pai), pela sua própria divinização (apoteose) ou, mais uma vez – se as forças se tiverem mantido hostis a ele –, pelo roubo, por parte do herói, da bênção que ele foi buscar (rapto da noiva, roubo do fogo); intrinsecamente, trata-se de uma expansão da consciência e, por conseguinte, do ser (iluminação, transfiguração, libertação). O trabalho final é o do retorno. Se as forças abençoaram o herói, ele agora retorna sob sua proteção (emissário); se não for esse o caso, ele empreende uma fuga e é perseguido (fuga de transformação, fuga de obstáculos). No limiar de retorno, as forças transcendentais devem ficar para trás; o herói reemerge do reino do terror (retorno, ressurreição). A bênção que ele traz consigo restaura o mundo (elixir).

A figura heróica está presente nas religiões (Cristo, Buda, Moisés, Maomé, Abraão), nos contos, nas lendas e nos folclores, sempre se repetindo, pois a composição primordial da saga é semelhante.

Sabedoras da necessidade da associação do homem com o herói, a comunicação e, preponderantemente, a publicidade, em todos os seus níveis, se apropriam deste rito e o utilizam na criação de imagens ligadas aos mais variados produtos. Conseguem esse feito trazendo as figuras arquetípicas masculinas e femininas na produção dos tipos inconscientemente desejados pelos consumidores.

São recorrentes figuras de reis, presidentes, capitães de navio, diretores-executivos, generais, treinadores, dentre outras, assumirem o papel do “pai”, o protetor, promotor da ordem, da razão, da lei, da provisão; assim como as de atletas, gladiadores, cavaleiros, artistas, policiais, representam no imaginário popular o “guerreiro”, aquele que é independente, forte, corajoso, ou seja, o “herói”.

No “produto” cinema, o mesmo acontece. Poderíamos listar uma quantidade imensa de títulos, mas nos fixaremos em *2 Filhos de Francisco*. A par do acerto na receita clássica do processo comunicativo, quando a mensagem do emissor alcança o receptor, limpidamente, sem qualquer ruído, sem nenhum viés, estruturada de acordo com os signos dominados por este último, o filme respalda-se na trajetória do “herói”.

No livro *A Criação de Mitos na Publicidade*, Sal Randazzo (1996) demonstra, de maneira clara, o mecanismo de transporte da mitologia para os sistemas mercadológicos. Seu texto discorre sobre as possibilidades da utilização das figuras heróicas em situações de mercado, pautando-as sobre o masculino e o feminino estáticos, o “Grande Pai” e a “Grande Mãe”, e sua contrapartida dinâmica, o “Guerreiro Herói” e a “Virgem/Donzela”.

Em nosso objeto de estudo as quatro condições estão contempladas, com destaque para o gênero masculino.

Há de se considerar, ainda, o composto étnico e sociológico na utilização das figuras mitológicas, pois como Campbell coloca, as figuras se repetem, sofrendo adaptações as mais variadas de acordo com as necessidades culturais e religiosas das várias sociedades. Isto leva os

meios à instigância de buscar a trilha heróica, adaptando-a ao gosto popular.

O filme ilustra à perfeição a trajetória do “herói pai”. Apresenta pontualmente todos os elementos componentes de uma epopéia própria do “Grande Pai”; o sonho de Francisco, homem simples do campo, é transformar dois dentre seus inúmeros filhos em uma dupla sertaneja de sucesso. Vivendo longe dos grandes centros, perdido no meio do nada, faz uso de toda sua energia e emprega seus poucos recursos na busca desse sonho, aparentemente impossível. Esta figura se complementa alicerçada na da “Grande Mãe”, Helena.

Em Francisco, o “herói pai” aparece pragmaticamente, quando este, revestido do caráter de destinador¹⁸, constrói a escola, uma das razões que o levaram a romper com o sogro, trocando o certo pelo incerto ao barganhar sua colheita e outros bens em troca dos instrumentos (sanfona e violão) para os filhos, a gota d’água para o rompimento mencionado.

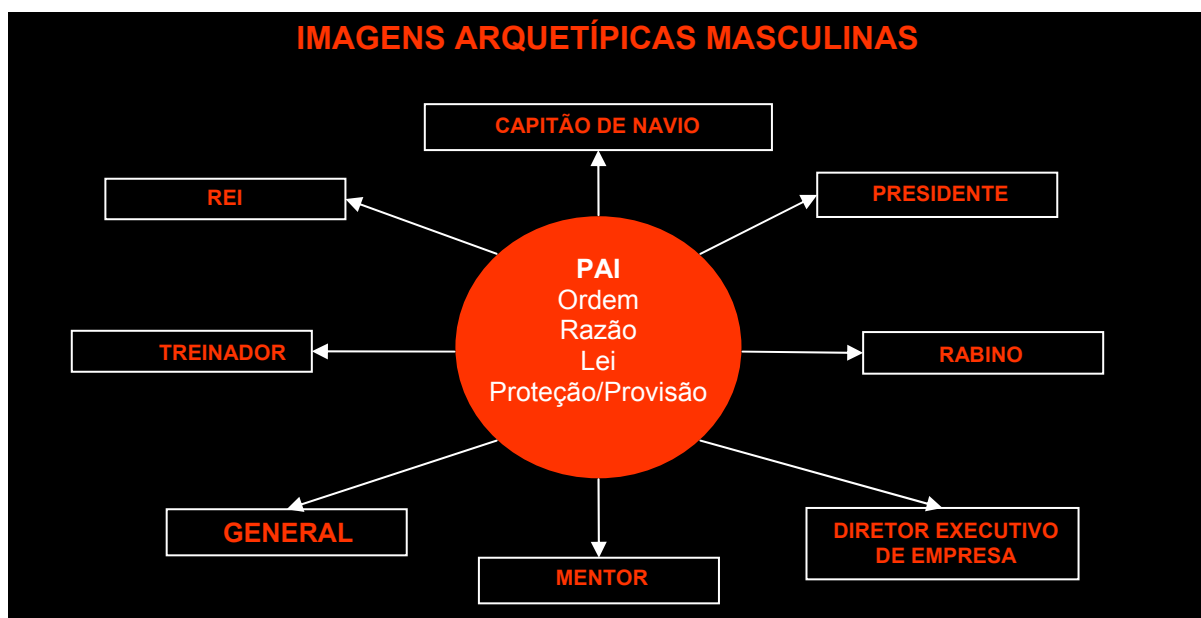
Sal Randazzo (1996) quando trata do masculino estático, assim o define:

...Assim como a feminilidade, a masculinidade também tem aspectos estáticos (elementares) e dinâmicos (evolutivos), e cada aspecto tem o seu lado positivo e o seu lado negativo. A característica masculina estática é representada pelo “logos” (ordem e razão), pelos arquétipos do Grande Pai e do Senex. “Senex”, em latim, quer dizer “o velho” e representa “tudo aquilo que tem idade, é ordenado e estabelecido” (Hillman, 1990, p.19). Os traços positivos do Grande Pai constituem em regras organizativas e normativas, em leis, e num sentido de ordem hierárquica. As manifestações do arquétipo do Grande Pai ocorrem nos sistemas sociais assim como, em nível mais pessoal, na estrutura da família patriarcal. O Grande Pai é o provedor e o protetor. Ele também dá amparo e amor. O rei e o professor/mentor também são manifestações do Grande Pai.

¹⁸ Na narratologia, a figura do destinador é a daquele que faz fazer.

Esta estrutura do “Grande Pai” está manifesta ao longo do texto fílmico em todo o caminho percorrido por Francisco: faz os filhos estudarem, equipa, treina, apóia e os incentiva na possível carreira, mantém a estrutura do lar, provendo-os, ainda que parcamente, e os protege, ampara e dá amor, a tônica do filme.

O final feliz já conhecido, em nada diminui os méritos de Francisco; pelo contrário, o sacramenta como herói, o responsável pelo sucesso dos filhos, aquele que não deixou o sonho esmorecer e buscou incessantemente o êxito, em seu entender a “resposta” de sua luta, aquela que o legitima como pai “responsável”.



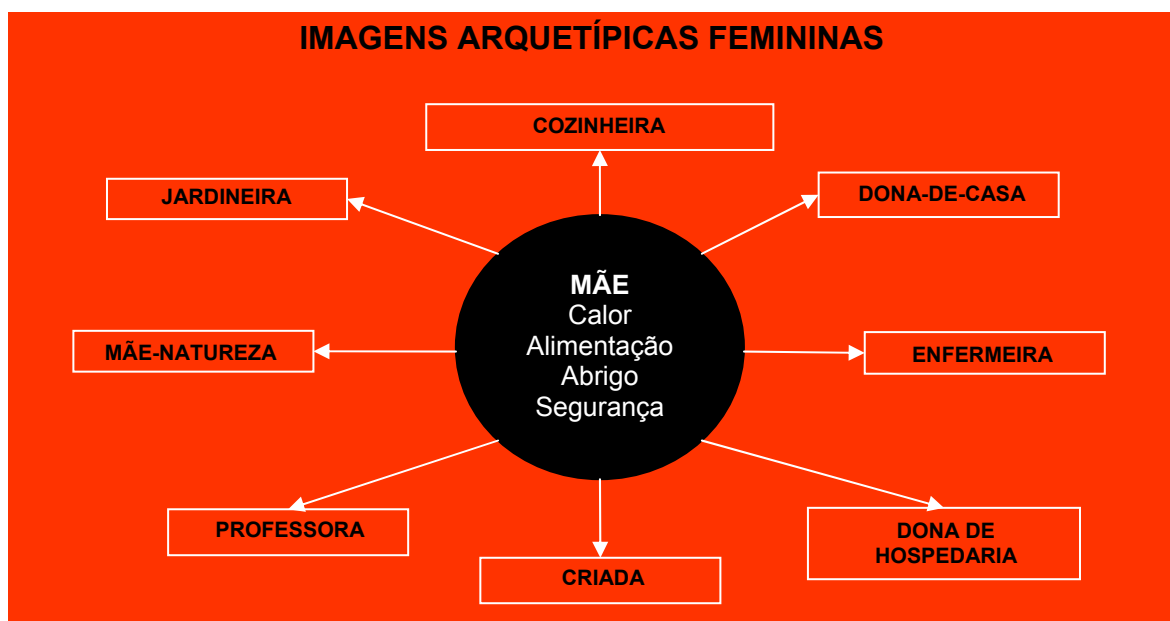
Fonte: Adaptado do diagrama contido em *A Criação de Mitos na Publicidade* (1996 p.162)

Esse herói, Francisco, apresenta uma peculiaridade que o diferencia dos demais; todas suas ações heróicas são avalizadas pela esposa, Helena (A Grande Mãe)¹⁹, tornando-a partícipe na responsabilidade dos resultados, fossem positivos ou negativos, dividindo com o marido a aridez do caminho, quando da morte de um filho ou na ocasião em que recebe a notícia da paralisia de outro, situações de extrema dor para quaisquer pais.

¹⁹ “O aspecto estático do feminino é exprimido pela imagem arquetípica da Grande Mãe. A Grande Mãe é uma imagem feminina universal que mostra a mulher como eterno ventre e eterna provedora. É uma imagem que existe desde o começo dos tempos e em todas as culturas.” (Sal Randazzo, p.103)

Dira Paes, atriz que dá vida à personagem Helena nas telas, explicita²⁰ o peso da esposa para Francisco:

Eu sempre imaginei essa mulher como sendo o contraponto desse sonhador, então eu fui atrás dessa mãe, dessa mulher que pari e consegue criar outro filho, é o chão para esse homem poder sonhar, é chão para esse homem ir atrás de suas conquistas, e trocar tudo que tem por um acordeon.



Fonte: Adaptado do diagrama contido em *A Criação de Mitos na Publicidade* (1996 p.118)

Ganha corpo aqui o modelo comercial imposto ao filme, com a “família” em destaque, sua estrutura bem delineada, a hierarquia e valores preservados, atuando em bloco, como um corpo único. A história é biográfica, porém são ressaltados estes elementos tão fortemente introjetados em todos os segmentos sociais, as presenças do avô, do pai, da mãe, da fraternidade, da autoridade do filho mais velho, enfim, valores que talvez já não sejam vivenciados com igual intensidade nas famílias contemporâneas, porém ainda reverenciados, fazendo com que o filme tenha imensa penetração junto ao público.

²⁰ Depoimento contido no *making-off* do DVD *2 filhos de Francisco*.

Zezé di Camargo declara à revista *Set*²¹, o desejo de fazer do filme um sucesso:

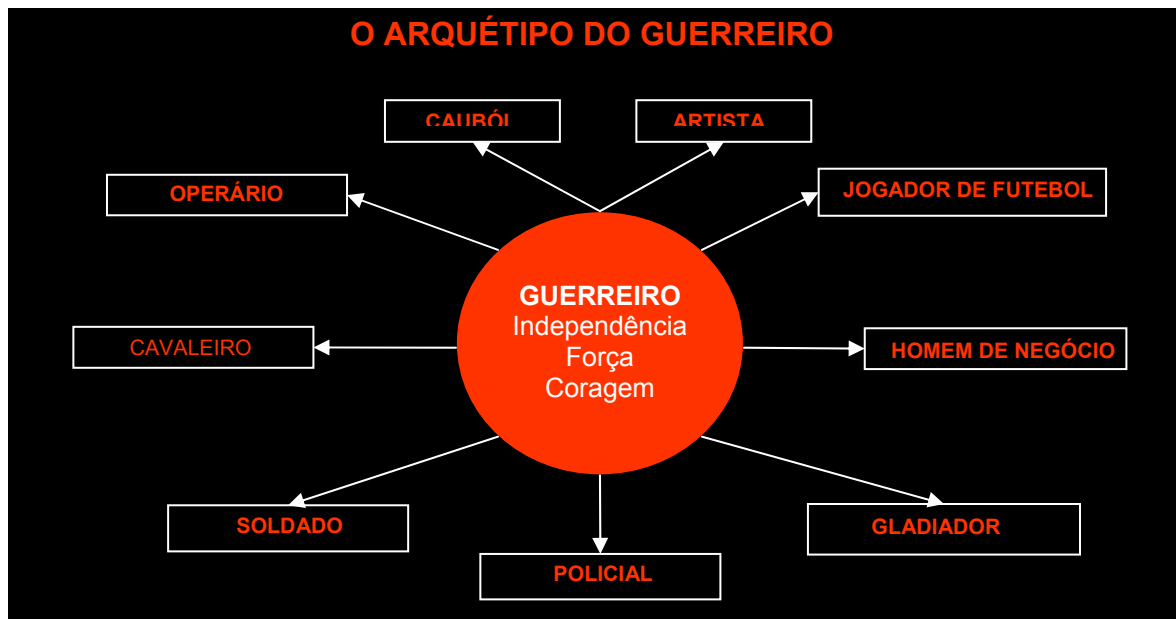
...Eu quero conquistar o público não sertanejo...

O outro herói encontrado no filme é o primogênito da família, Mirosmar (Zezé), cuja trajetória se aproxima mais do modelo clássico do “herói” (o masculino dinâmico: O Guerreiro Herói) encontrado no texto de Randazzo :

...O aspecto evolutivo dinâmico da masculinidade é representado pelo arquétipo do Guerreiro-Herói, cujos traços positivos incluem independência, coragem e força. O Bom Guerreiro é o generoso defensor da verdade e da justiça, pronto a morrer por aquilo em que acredita e/ou ao serviço daqueles que não podem defender a si mesmos.

Recortando aqui a definição sobre o masculino dinâmico de Randazzo, identificamos na figura de Mirosmar estes componentes, e destacamos a cena em que entende a dificuldade da família, lidera seu irmão/parceiro (e auxiliar) e parte para o desconhecido (a rodoviária) em busca de uma solução que considera possível para a situação familiar. Este pequeno guerreiro já passara por uma prova iniciadora ao se apresentar em um palco, de improviso, sem preparo, como que testando suas capacidades.

²¹ Edição nº 218 de 08/2005, ano 18, p.36-41



Fonte: Adaptado do diagrama contido em *A Criação de Mitos na Publicidade* (1996 p.68)

No complemento da definição de Randazzo, explicitada abaixo, também é possível assemelhar Zezé, já crescido, de “prontidão” no cuidado com os seus, no quadro em que explicita sua necessidade de um emprego para prover suas filhas.

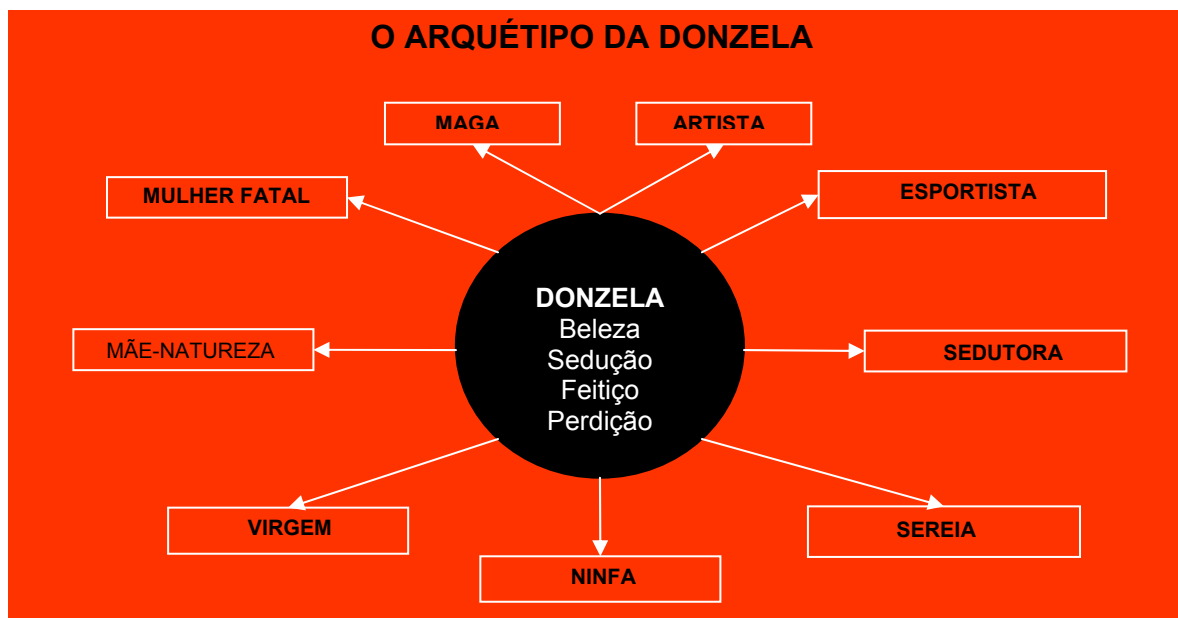
O aspecto “dinâmico” ou “evolutivo” da masculinidade é exatamente o oposto do aspecto estático da feminilidade. Ao contrário do caráter feminino “estático” ou elementar, que Neumann define como “continente”, o caráter masculino dinâmico é “penetrante”. O caráter penetrante do macho nasce do seu pênis, que se projeta para fora e penetra a fêmea. O aspecto “dinâmico” ou evolutivo da masculinidade é agressivo, decidido e orientado para uma meta.

Entre a constelação global de arquétipos, o do Guerreiro-Herói resulta na imagem universal masculina mais abrangente e duradoura. (Zeus era ao mesmo tempo uma figura guerreira e uma figura de pai.) (veja figura) Dos heróis míticos como Marduk, Aquiles e Hércules, até guerreiros modernos como John Wayne, Rambo e o general Norman Schawartzkopf, o guerreiro-Herói masculino, como a sua ênfase sobre independência, força

e coragem, dominou a psique e a sensibilidade das culturas ocidentais. Do lado positivo o Guerreiro-Herói é o protetor, o generoso defensor de tudo aquilo que é bom. O Guerreiro-Herói tem coragem de lutar limpo, de lutar por aquilo em que acredita, de enfrentar “o dragão”, chegando até a sacrificar a sua própria vida. Está sempre de prontidão para defender a sua família e o seu país...

Mirosmar é desde a primeira infância preparado pelo pai para atingir algo que transcende seu lugar comum, passa por provas iniciadoras e as supera, assume responsabilidades incomuns ao seu momento, há sempre um parceiro de plantão, primeiro seu irmão Emival, depois Dudu e finalmente Welson, encontra e realiza o encantamento da paixão com Zilú (A Donzela), e finalmente é premiado com o êxito.

Ao longo do filme, encontramos elegias ao herói, destacando suas figuras análogas, como o peão (cowboy), o guerreiro (na trilha sonora), o galã (na conquista de Zilú por Mirosmar) e, dentre estas, destaca-se a luta pela vida melhor, a persistência e a coragem, o que encanta, pelo desejo de ver realizado, a grande massa popular. Depoimentos de executivos e



Fonte: Adaptado do diagrama contido em *A Criação de Mitos na Publicidade* (1996 p.118)

atores do produto atestam a aura de emoção do qual estava revestido o filme:

Fala de Vicente Kubrusly:

Talvez se o filme não fosse baseado numa história real, a gente tivesse que, de alguma maneira na montagem, tentado minimizar ou maximizar certo tipo de emoção para tornar aquilo mais crível, ou menos crível, e naquele caso isso não era muito necessário, porque o argumento do filme foi escrito por Deus, né?

Fala de Carolina Kotscho:

Contar história boa é fácil, a vida deles é uma história pronta.

Fala de José Dumont:

É um documento de alma mesmo, eu nunca li um roteiro que me emocionasse tanto. São pessoas que lutam acirradamente pela vida, isso é bonito, isso é muito bonito.

Fala de Dira Paes:

Esse filme tem a ver com quem tem amor no coração, com quem ama mesmo, com quem é desvairado. Esse filme tem a ver com isso, com quem gosta da vida, com quem não esmorece no primeiro sacrifício, na primeira derrota.

Fala de Ângelo Antonio:

... nos dá essa coragem, nos desperta essa coragem, nos faz acreditar que a gente tem essa força, de fé e de superação, e de acreditar que nada é impossível.

Fala de Jackson Antunes:

Acho que em qualquer lugar do mundo que esse filme for exibido ele vai sensibilizar de forma muito bonita, mostra o retrato de um país, de pessoas que podem dar certo.

No *making-off* do filme, Luciano expressa seu sentimento ao ver a escola, aquela cuja construção foi mostrada no texto fílmico, da seguinte maneira: - *Meu pai fez muito mais pelo mundo que muita gente, e minha mãe acreditou sempre nele, até hoje. É uma guerreira.*

Entendemos que estes depoimentos retratem, de uma maneira possível, o composto do qual foi feito o “produto” *2 filhos de Francisco*.

Não só por este compósito, mas solidamente por ele alicerçado, *2 filhos de Francisco* tornou-se um fenômeno de audiência para os padrões do cinema nacional.

2.3 A figura do sertanejo

O Brasil, até meados dos anos 50 do século passado, era essencialmente um país agrário, com 70% de sua população estabelecida no campo²², época em que tem início seu êxodo em direção às capitais, provocando inversão absoluta desse panorama, com a população rural compondo 32% na década de 80²³ e hoje 19% do total²⁴. Estas estatísticas são representativas para nosso tema, por demonstrarem que uma parcela significativa dos consumidores do “gênero sertanejo” encontra-se nos grandes centros, como comprova o resultado do ranking das rádios mais ouvidas na Grande São Paulo, levado a cabo pelo

²² Fonte: IBGE - Estatísticas Históricas do Brasil/volume 3 - Rio de Janeiro - IBGE, 1987.

²³ Fonte: Anuário Estatístico do Brasil / IBGE - Rio de Janeiro, volume 56, 1986

²⁴ Fonte: IBGE, Senso Demográfico 2000.



IBOPE²⁵ em 11 de julho de 2008, que coloca a “Tupi FM”, com programação exclusivamente “sertaneja”, no topo da lista, e de um levantamento do site “Planeta da Música”²⁶, realizado no período de 13 a 19 de julho de 2008, que insere 4 músicas do gênero entre as 16 mais executadas.

A imagem do campo, do cerrado, da roça, do sertão, das plantações, das criações, são vívidas no imaginário dessa população que hoje habita as cidades, mas não perde suas raízes, dentre as quais está a música. Aqui encontramos duas vertentes: a chamada música caipira que permanece viva, na qual os instrumentos básicos são a viola e a sanfona, e uma contemporânea, com raízes da primeira e influências do gênero *country* americano, fazendo uso da tecnologia atual em seu instrumental, com teclados, sintetizadores, guitarras, violões e violinos elétricos, baterias e baixos, dentre outros. Esta segunda é a que predomina nos rodeios²⁷,

²⁵ IBOPE : Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

²⁶ <http://www.planetademusica.com/noticias/maistocadas2.htm>

²⁷ espetáculos que reúnem provas de montaria em cavalos e touros, habilidade no laço, adestramento em montarias, dentre outras atividades próprias da vida campestre.

espetáculos que no Brasil nascem em circos itinerantes e ganham identidade própria na década de 80 p.p., utilizando as mídias em larga escala na sua difusão.

Essa identidade, associada à modernidade na forma de viver, leva a música sertaneja a disputar e conquistar um filão significativo do público da indústria fonográfica, e gerar outro mercado, o da moda, com lojas especializadas em vestuários, calçados e acessórios.

O cinema brasileiro vai explorar esse filão em todos os seus ciclos, desde o primeiro momento com *Aventuras de Zé Caipira*, chegando ao momento atual com *2 filhos de Francisco*, seu exemplar mais bem sucedido sob a ótica da audiência.

CAPÍTULO 3

A narrativa fílmica de *2 filhos de Francisco*



Para a análise do texto fílmico de nosso objeto de estudo, *2 filhos de Francisco*, utilizaremos metodologicamente a técnica de *decupagem*, associando-a à trilha sonora, pois a creditamos apropriada para o entendimento do percurso narrativo.

Ismail Xavier em seu texto *O Discurso Cinematográfico* (2005), define a *decupagem* como o processo de decomposição do filme (e, portanto, das seqüências e cenas) em planos. Este método nos induz a vasculhar o discurso fílmico, levando-nos a encontrar em algumas cenas (unidades dramáticas) situações carregadas de signos que comporão um todo, dando sentido, sem que nos apercebamos, à narrativa proposta.

As técnicas de enquadramento usadas, a trilha sonora, que nos chamou a atenção pelo processo similar à intertextualidade em inúmeras situações no transcorrer da história, o recorte temporal preciso e contínuo, facilitando o entendimento dos espectadores, a inserção do personagem Francisco com traços de herói, são elementos presentes na obra. Três composições musicais se destacam: *Beijinho Doce*, *No dia em eu saí de casa*, e *É o amor*.

O filme, dirigido por Breno Silveira, que já fizera a direção de fotografia de *Carlota Joaquina*²⁸, tem seu roteiro escrito a quatro mãos por Patrícia Andrade e Carolina Kotscho, no qual contam a história de Francisco, um lavrador do interior de Goiás, que sonha o sonho, aparentemente impossível, de propiciar a seus filhos uma vida melhor do que a sua, seja pelo estudo ou pela música, através da formação de uma dupla sertaneja, modelo muito próprio de seu universo.



A trajetória do personagem central passeia amalgamada, às vezes sutilmente e muitas incisivamente, pela figura do sertanejo, cuja ótica apresenta-se ora desfigurada, ora concreta, pulsante e clara, imbuída e possuída de seu rigor ético particular.

Este elemento, o sertanejo, é brindado em clássicos da literatura brasileira, dentre eles: Guimarães Rosa e Euclides da Cunha. Monteiro Lobato também o faz com Jeca Tatu, que carrega muito da figura caricata do caipira.

²⁸ Filme dirigido por Carla Camuratti, um marco do período denominado Retomada

Quando trouxemos para esta análise recortes possíveis dos ciclos históricos do cinema brasileiro, foi por termos identificado pontualmente, em todos eles, o que se pode designar como “ser sertanejo”.

Decompusemos o filme em seis conjuntos de cenas, posto as entendermos situacionalmente indutoras às seguintes.

3.1 O rádio

O filme tem seu início com narração de Zezé Di Camargo falando de seu pai, Francisco: um sonhador de visão, segundo amigos, e um louco, na opinião de outros, principalmente dos parentes.

Uma legenda informa que se trata de uma história real.



A cena de abertura é feita em primeiro plano (*close-up*), focando as mãos de Francisco ligando fios para a instalação de um rádio de válvula. É este veículo midiático que faz a comunicação de Francisco e sua família com o mundo, e estará presente ao longo do filme.

Nesta primeira fase a ação fílmica ocorre em Sítio Novo, Goiás, no ano de 1962.

A trilha sonora dá força à cena, e *Beijinho Doce* apresenta Helena, esposa de Francisco, contando a ele sua gravidez, que é o prenúncio do nascimento do futuro herói, Mirosmar (Zezé). A letra da música agregada à cena, transmite a força da relação do casal e importa para o texto fílmico, em seu *start*, os valores que o permearão.

*Que beijinho doce
Que ela tem
Depois que beijei ela
Nunca mais beijei ninguém
Que beijinho doce
Foi ela quem trouxe
De longe prá mim
um abraço apertado
Suspira dobrado
Que amor sem fim.
Coração quem manda
Quando a gente ama
Se eu estou junto dela
Sem dar um beijinho
Coração reclama.*

Com Mirosmar no colo, ainda bebê, Francisco, como que antevendo o futuro, afirma que o filho adora música, e que terão mais um filho, e estes formarão uma dupla sertaneja. Nesta cena, o rádio traz *Luar do Sertão*, na voz de Chitãozinho e Xororó, uma materialização de seu sonho, aqui uma liberdade poética, posto que o primeiro disco dessa dupla é *Galopeira* lançado em 1970. *Luar do Sertão*, um clássico do cancionero popular com autoria de Catulo da Paixão Cearense, contestada por João Pernambuco, era o prefixo da “Rádio Nacional do Rio de Janeiro”, líder de audiência nos anos 40, e tocada em vibrafone por Luciano Perrone.

*Se a lua nasce por detrás da verde mata
Mais parece um sol de prata, prateando a solidão
E a gente pega na viola que ponteia
E a canção e a lua cheia, a nascer no coração
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão*

Francisco e Helena vão aumentando a família, e, em 1972, são seis os filhos.

A simplicidade e a pobreza econômica dos personagens fazem-se presentes em todo o bloco narrativo, manifestando-se não só nas imagens, mas notadamente nos diálogos, expressando contudo a felicidade do casal que mantém o fogo da paixão, demonstrado na cena em que saem da roça se recompondo, rindo e brincando, a transmitir e transpirar paz, em estado de conjunção plena, e a trilha sonora de fundo a realçar com *Colheita de Milho*. Neste caso, a trilha sonora inspira diretamente a construção da cena, processo que no filme como um todo, embora presente não é tão marcante.

*Eu tropeçava nas curvas
Do seu corpinho molhado
Debaixo do pé de milho
Como espigas no atilho
Ficamos os dois atados
Passou o ano e desta feita
Vamos ter duas colheitas
O tempo foi bom pro milho
Enquanto crescem as espigas
Chiquinha cresce a barriga
Pra colhermos nosso filho*



3.2 A gaita

Corre o ano de 1972, e a família vai a uma “Festa do Divino”²⁹ em Pirenópolis. Aqui, a narrativa fílmica se enriquece e usa o apoio da trilha sonora, com a música *Cowboy à Pirenopolina*, que faz uma elegia à região e exalta valores como a identidade do sertanejo e a valentia do homem comum na luta pelo dia-a-dia.

*Eu sou goiano do berço de Pirenópolis
Sou brasileiro, sou poeta, sou cantor
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
No lombo do manga larga sou o campeão
Também sou peão do trecho mandando meu caminhão
Meu santo é forte, tenho sorte com as meninas
Sou um cowboy à moda pirenopolina
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão
Sou um guerreiro nesta vida que se leva
Sou uma criança nos braços do meu amor
Eu sou goiano do berço de Pirenópolis
Sou brasileiro, sou poeta, sou cantor
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.*

Neste evento acontece a estréia de Mirosmar nos palcos, então com 10 anos de idade. Mais uma vez a música é *Beijinho Doce*.

Como prêmio, ganha de Francisco uma gaita, muito embora sua apresentação não o tenha agradado inteiramente. É o futuro se desenhando. Apesar de sua imensa simplicidade, Francisco manifesta sua preocupação com o futuro dos filhos, vislumbrando que a possibilidade de uma vida melhor passa necessariamente pelo estudo

²⁹ Festa popular que acontece anualmente, no mês de janeiro.



ou pela música. Em sua inquietação, busca a forma de pavimentar o caminho para este objetivo; a gaita é um passo, mas não lhe satisfaz, e num rompante bota abaixo a parede de um cômodo de sua casa, e lhe dá como destino certo a sede de uma escola. Para implementar seu projeto, vai a Sítio Novo falar com o prefeito.



O simbolismo do rádio ganha força neste diálogo, onde o personagem central cobra da autoridade a instalação da escola em seu sítio, para

atender as crianças da região, e argumenta que a educação é um direito de todos, conforme escutou no rádio. Consegue seu intento.

O “escutar no rádio” expresso por Francisco, no recorte temporal em que se dá (início da década de 70), era uma situação cotidiana para

grande parte da população brasileira, com 40% de analfabetos³⁰ e, como já dito anteriormente, cerca do mesmo percentual assentado na zona rural. Isso explica a dimensão e importância desse meio de comunicação, uma janela para o mundo neste universo, já que a televisão não estava massivamente disponibilizada nas proporções hoje atingidas, devido à carência de infra-estrutura necessária no campo, bem como aos poucos recursos econômicos dessa população.



Cabe-nos aqui inserir o processo histórico que vive o País; está em curso a “revolução de 64”, em um de seus momentos de endurecimento no tocante às liberdades democráticas, sob a presidência do General Emílio Garrastazu Médici. A figura de tropas do Exército se faz presente em cena feita com plano geral em uma estrada.

Apoiados no texto de Campbell (2005), entendemos surgir neste bloco a figura do herói com todas as tintas que a caracterizam: Mirosmar, o

³⁰ Fonte: IBGE, 1984



o sujeito da ação; a prova iniciadora (sua primeira apresentação em um palco); o desejo de fazer; a figura do pai como destinador; o que faz fazer (ao presentear a gaita ao filho).

No entender de Francisco, a gaita representa uma possibilidade concreta da realização de seu desejo, quando Mirosmar consegue tocar,



ainda que de forma rudimentar, o *Menino da Porteira*, música referência do “gênero sertanejo”. Nesta cena podemos dizer que Mirosmar está em conjunção com o objeto e com o saber. O diretor se vale da fotografia para materializar o sonho de Francisco, com toda a representatividade

possível, do campo dourado que faz fundo ao olhar embevecido deste observando o filho com o pequeno instrumento.

Breno Silveira, no *making-off* do filme, traduz a magia poética em que se dá a tomada, que se inicia com o pai capinando, ressaltando sua importância por ser a primeira vez em que este reconhece no filho o talento, e que o segundo prova a Francisco que sabe tocar (nova consecução de sua trajetória heróica). Declara sua emoção quanto ao resultado da cena, descreve a situação em que esta ocorre, pontuando a



interpretação do garoto, o tempo que este olha para o pai, o tempo que Ângelo Antônio (Francisco) para de capinar, o vento que começa a soprar e mexer o chapéu do ator, a vegetação que se movimenta suavemente atrás deste, o silêncio, um tempo para se escutar, o tom dourado que reveste o campo. Seu comentário:

... Caramba, que coisa bonita que a gente está fazendo. Eu me lembro que a primeira vez que mostrei a cena para o Zezé, ele começou a chorar. Eu disse: Conseguimos traduzir o que aconteceu.

A posse da gaita, a liberdade e o apoio recebido no auto-aprendizado em tocá-la, vão conduzindo o jovem na direção da consecução do desejo paterno, tornando-o agente partícipe do sonho de Francisco.

3.3 A sanfona

Determinado a propiciar a Mirosmar e Emival, este o segundo filho, condições que entende essenciais para pôr em prática seu plano, Francisco vai à vila próxima, e troca toda sua colheita excedente, queijos, rapaduras, um leitão, e ainda uma arma que pertencera a seu pai, por um acordeon e um violão.

Fica expressa, nesta cena, a busca sem limites pela possibilidade de concretização de seu sonho. Continua a procura por um futuro melhor.





Em posse de seus instrumentos, os meninos conduzidos pelo pai iniciam o processo de aprendizado.

Francisco leva a família a outra festa regional em Pirenópolis, quadro em que duas situações ganham destaque. A primeira é a irritação do pai de Helena ao ver a sanfona de

Mirosmar, pois entendeu que esta foi adquirida com o dinheiro obtido pela venda da colheita, que deveria ter sido dado a ele como pagamento da quantia que lhe emprestara para a compra do arado, da mesma forma que já havia sido contrário à decisão de Francisco de instalar a escola em sua casa. No seu entender, estas atitudes eram incompatíveis com a realidade e as necessidades que viviam. A segunda é o pedido de Francisco a Zé do Fole, sanfoneiro de renome que lá se apresentava (interpretado por Jackson Antunes), que ensinasse o garoto a tocar a sanfona; este inicialmente negou-se a atendê-lo, porém, após perceber a imensa obstinação do garoto, enterneceu-se e deu a ele os primeiros ensinamentos no manuseio do instrumento. Conforme depoimento de Zezé Di Camargo, contido no *making-off* do filme, esta foi a única aula que recebeu, tendo aprendido o restante sozinho, por ser somente esta a possibilidade de se desenvolver. O ambiente festivo é complementado pela apresentação musical do grupo de Zé do Fole, interpretando um forró³¹, numa demonstração genuína de alegria e divertimento próprios das festas populares freqüentes na região.

Hoje eu vou sair de casa, vou bater as asas, hoje eu vou voar

³¹ Ritmo musical originário do nordeste, mas também encontrado no interior do centro-oeste

Quero um amor de verdade, uma cara metade, para me conquistar
Quero uma paixão no peito, hoje eu to do jeito que a moçada gosta
Quero um beijo da mulata, da morena eu quero essa paixão que mata,
mas se der eu fujo com a loira nas costas
Toca sanfoneiro toca, toca um chamamé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Toca sanfoneiro toca, toca um chamamé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Toca sanfoneiro toca, um arrasta-pé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Hoje eu estou de rédeas soltas, brigo por qualquer paixão,
Hoje eu caio na folia e amanheço o dia nesse forrozão.



É interessante notar que mais tarde Zezé inserirá a música *No dia em que saí de casa*, em um CD da dupla, campeão de vendas, com trechos à semelhança desta, que parece remetê-lo a seu passado.

Chama a atenção pelas analogias possíveis, quando na cena em que Francisco, recolhendo ovos no galinheiro do sítio, atenta ao canto do galo, e nele inspirado, impinge aos filhos o consumo diário e matutino de ovos crus, para que suas vozes fiquem fortes e afinadas.

Num processo contínuo, os meninos ensaiam, tocam, cantam e simulam apresentações de palco, com entradas e agradecimentos pré-estipulados. Nasce a dupla Camargo e Camarguinho (sobrenome de Francisco).



Apresentam-se pela região e em Pirenópolis participam de um comício para reeleição do prefeito, aquele que instalara em Sítio Novo a escola solicitada por Francisco. Fica no ar, se por agradecimento ou puramente pela possibilidade de exposição.

*Pirenópolis hoje em dia é uma cidade afamada,
Tem luz, tem telefone, tem ponte, tem calçada.
O prefeito trabalhando, construindo e renovando,
Fazendo dessa cidade uma só felicidade.*

Surge uma grande oportunidade. Francisco consegue que a dupla se apresente em uma rádio de Anápolis. Ensaiam uma música composta por um compadre de Francisco, tio Ademir.

No dia do programa, o locutor pede que os meninos façam uma prévia do que apresentarão, e a cena ganha ares de tragicomédia.

Considerando-se a conjuntura político-social em que a situação se passa, a letra fala por si só:

*Terra linda de grandes riquezas
Viva a natureza da nossa nação
Que vive hoje em dia
Numa grande confusão
Cadê a esperança de um povo*

*Que trabalha noite e dia?
Cadê as suas festanças e a sua alegria?
Viva as forças armadas
E a sua tirania.*

Sem se dar conta da razão das gargalhadas, o trio se retira triste e humilhado, e volta para o sítio, sem a compreensão exata do ocorrido.

Os problemas continuam. O pai de Helena, insatisfeito, cobra o arado que lhes financiara, e pede suas terras de volta, expulsando-os de seu lar. Francisco entende que o caminho a ser seguido é a mudança para a capital goiana; consegue o aval de Helena argumentando que lá encontrarão um futuro melhor para os filhos. Muito da busca de Francisco fica explícita em seu diálogo com Helena na cena em que a família deixa a casa e parte para Goiânia: “ – Essas terras nunca foram nossas mesmo”.

A fotografia da cena em pauta é irretocável, quando ao fechar da porta da casa, se faz a escuridão, com abertura de nova cena: a família com seus parcos pertences sobre uma carroça puxada por um cavalo chamado Chico, em direção à estrada. Helena chora, e as fisionomias de todos retratam tristeza, lançando olhares fugidios para o que estão deixando, mas o de Francisco busca o horizonte como um símbolo do futuro. A música que dá vida ao quadro é *Poeira Vermelha*.



*O carro de boi lá vai
Gemendo lá no estradão
Suas grandes rodas fazendo
Profundas marcas no chão
Vai levantando poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão*

*Olha seu moço, a boiada
Em busca do ribeirão
Vai mugindo e vai ruminando
Cabeças em confusão
Vai levantando poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Olha só o boiadeiro
Montado em seu alazão
Conduzindo toda a boiada
Com seu berrante na mão
Seu rosto é só poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Poeira entra meus olhos
Não fico zangado não*

A analogia posta é a família em busca da vida possível, frente ao refrão da música que diz: *é a boiada em busca do ribeirão*.

O processo pelo qual passam é comum a uma parcela considerável da população rural brasileira, a migração do campo em direção aos grandes centros, na busca de oportunidade de emprego e de uma vida menos miserável. Este processo ganha corpo a partir da política de industrialização promovida no governo JK, no final dos anos 50 do século XX.

Ainda no ônibus que os levou à Goiânia, ao adentrar pela cidade grande, a câmera captura os olhares extasiados de Francisco e Emival.

A violência urbana, infelizmente comum nos grandes centros, se faz presente no desembarque de Francisco, Helena e sua prole na rodoviária da capital do estado.

É noite quando a família alcança seu novo domicílio, uma casa paupérrima de periferia, mas nova cena de encantamento: no interior da casa, Francisco alegre aos seus, ao brincar com o acender e apagar da luz elétrica, elemento indisponível no lugar de onde vieram, mostrando a magia da tecnologia e de certa maneira fazendo uma referência metalingüística ao cinema. Juan Droguett, em *Sonhar*



de olhos abertos (2004), fala sobre filme/cinema de forma ditosa como segue:

...O cinema oferece ao espectador a grafia de imagens em movimento, em que acontece algo de prodigioso....

O destino de Francisco é o comum a um sem número de retirantes, de agricultor a pedreiro.

Breno Silveira faz uso de uma técnica simples, mas impactante, quando dá a notícia de que Wellington, outro filho de Francisco e Helena, está com paralisia. A má notícia vem acompanhada de escuridão e chuva.

Novamente nos apoiamos em Lutz Muller (1992) quando vemos em Zezé (Mirosmar) as características do herói. Pressionado pela tristeza e desamparo de Helena frente à fome dos filhos, convoca Emival e, debaixo de chuva, carregando o acordeon e o violão, dirigem-se à rodoviária e lá se apresentam. Apesar de todas as desditas que os cercam, ganham algum dinheiro, transformando “arte” em remuneração,

trilhando assim o caminho do “herói”³², aquele que faz do seu dia-a-dia uma superação, aliviando dessa forma a aflição dos outros.

A trilha sonora é consoante com o enredo: a música de fundo é *No dia em que saí de casa*.

*No dia em que saí de casa minha mãe me disse filho vem cá
Passou a mão em meus cabelos, olhou em meus olhos começou falar
Por onde você for eu sigo com meu pensamento sempre onde estiver
Em minhas orações eu vou pedir a Deus
Que ilumine os passos seus
Eu sei que ela nunca compreendeu
Os meus motivos de sair de lá
Mas ela sabe que depois que cresce
O filho vira passarinho e quer voar
Eu bem queria continuar ali
Mas o destino quis me contrariar
E o olhar de minha mãe na porta
Eu deixei chorando a me abençoar
A minha mãe naquele dia me falou do mundo como ele é
Parece que ela conhecia cada pedra que eu iria por o pé
E sempre ao lado do meu pai da pequena cidade ela jamais saiu
Ela me disse assim meu filho vá com Deus
Que este mundo inteiro é seu
Eu sei que ela nunca compreendeu
Os meus motivos de sair de lá
Mas ela sabe que depois que cresce
O filho vira passarinho e quer voar
Eu bem queria continuar ali
Mas o destino quis me contrariar
E o olhar de minha mãe na porta
Eu deixei chorando a me abençoar*

Esse primeiro passo consumado pela dupla leva o pai a acompanhá-los à rodoviária, admirando-os, recorte em que surge, se considerarmos como saga, a figura do mal.

³² A ação perpetrada nesta situação por Mirosmar é própria do “guerreiro-herói”.

3.4 A figura ambígua do bem/mal

Observados pelo pai, a dupla também é notada por Miranda, novo personagem, um agente menor de artistas em busca de sua galinha dos ovos-de-ouro.



Percebe nos meninos a possibilidade do ganho fácil. Abordado por Francisco, o seduz com a certeza da concretização de seu sonho, o sucesso da dupla de pequenos sertanejos.

“Camargo, Camarguinho, Camarguinho, Camarguinho, os sabiás do serrado” é o mote de Miranda.

Após muita hesitação, Helena concorda com o esquema proposto, os meninos viajarão com Miranda durante uma semana. Quem destoa do desejo de participar é Emival, que parte quase empurrado por Francisco.



Já na estrada, Miranda os conchama a ensaiar, e a música não é outra, senão *Tristeza do Jeca* (o CD da trilha sonora traz a interpretação de Maria Bethânia, Caetano e Zezé).

*Nesses versos tão singelos
Minha bela meu amor*

A contrariedade clara de Emival atinge seu nível físico, quando reclama de fome.

Estão em Radiolândia, e a figura safa de Miranda pára sua velha pick-up Kombi na churrascaria *Ponto de Apoio ao Caboclo*.

Para a pequena dupla, novo aprendizado. Miranda os manda na frente para o restaurante, e diz para entrarem cantando. Adentrando o local, observa os pequenos cantores, como se não os conhecesse, e a atenção que estes despertam nos comensais; pede, então, que toquem *Tristeza do Jeca*, que diz ser sua música. A aura de emoção se instala, e Miranda deposita uma nota na caixinha da dupla. Ato contínuo, muitos o imitam. A receita é boa.



*Nesses versos tão singelos
Minha bela meu amor
Pra você quero contar
O Meu sofrer e a minha dor
Sou igual a um sabiá
Que quando canta é só tristeza
Desde o galho onde ele esta
Nessa viola canto e gemo de verdade
Cada toada representa uma saudade
Eu nasci naquela serra
Num ranchinho beira chão
Todo cheio de buracos
Onde a lua faz clarão
Quando chega a madrugada
Lá no mato a passarada principia um barulhão
Nessa viola canto e choro de verdade
Cada toada representa uma saudade
Lá no mato tudo é triste desde o jeito de falar
Pois o jeca quando canta dá vontade de chorar
E o choro que vai caindo devagar vai se sumindo
Como as águas vão pro mar*

O fecho quase hilário, é o convite que faz aos garotos para que almocem com ele.



A viagem se estende, e as imagens passeiam por Jaguariúna, Brasília, Tocantins, e outras tantas localidades. Quando na estrada, a música de fundo é *Rio de Piracicaba*, clássico do cancionero popular de forte apelo emotivo.

*Pertinho da minha casa
Já formou uma lagoa
Com lágrimas dos meus olhos
Por causa de uma pessoa*

Mirosmar está feliz, mas Emival ressentido; devido a uma birra infantil é agredido por Miranda.

Quatro meses se passaram; sem notícias dos filhos, Helena está angustiada, e cobra de Francisco o retorno dos meninos.

O périplo da busca do pai é infrutífera, concomitantemente, os garotos vão descobrindo novidades, dentre estas o sexo, em tomada que Miranda namora no hotel em que estão hospedados.

Cálix Bento, cantado à capela por Ney Matogrosso, vai permeando a imagem.

Oh Deus salve o oratório
Oh Deus salve o oratório
Onde Deus fez a morada aiai meu Deus
Onde Deus fez a morada oiái
Onde mora o Calix Bento
Onde mora o Calix Bento
E a hóstia consagrada óiai meu Deus
E a hóstia consagrada óiai

O texto fílmico explicita o resultado da dupla, com suas novas roupas, e no retorno à Goiânia, a bordo de um Maverick e não mais na velha Kombi.

O rompimento de Francisco com o empresário se apresenta inevitável, e nova jornada em busca do sucesso se inicia.



Primeiro Festival de Duplas Infantis da Rádio Metropolitana de Goiânia. Na fila, o destinador Francisco e “sua” dupla. Após amargar horas de fila, para espanto e revolta de todos que aguardavam para serem atendidos, um funcionário da rádio informa que as inscrições do dia estão encerradas. Então lá se apresenta Miranda, trazendo um novo garoto, que é prontamente atendido, o que só faz a raiva de Francisco aumentar. Dirigindo-se a ele, elogiando os “sabiás do cerrado”, Miranda lhe oferece um cartão, que é recusado, mas aceito por Mirosmar que o guarda.

O conflito interno de Francisco fica evidente, na medida em que entende que a mudança de vida dos meninos está na música, enquanto seu coração de pai gostaria de protegê-los. No balanço feito, opta pelo que entende de melhor para os filhos e procura Miranda aceitando a proposta, mas exigindo que este e os filhos mantenham contato sistemático com a família.

Leva Helena ao escritório de Miranda, que a convence a deixá-lo ser novamente o responsável pelos meninos. Novo nome para a dupla, nasce “Daby e Dieberson”. A cena tem seu ponto alto na fala do empresário; mostrando uma revista “Manchete” à Helena, aponta uma foto na qual supostamente estaria, dizendo: “Sou este, atrás, em primeiro plano”.

A alegria de Mirosmar é clara, mas a aceitação de Emival só acontece com o convencimento da mãe, quando lhe diz que Miranda mudou.



Na partida dos meninos a música que completa a cena é *No dia em que eu saí de casa*, revestindo a narrativa com a relevância da presença de Helena, sua importância mediadora junto aos filhos, da calma e segurança que lhes transmite, como se minimizasse os perigos e crueldades do mundo real para torná-los suportáveis, enfim capacitando os meninos a enfrentar as dificuldades encontradas na busca de realização de seu sonho.

No dia em que saí de casa minha mãe me disse, filho vem cá

*Passou a mão em meus cabelos, olhou em meus olhos e começou falar
Por onde você for, eu sigo com meu pensamento sempre onde estiver
Em minhas orações eu vou pedir a Deus
Que ilumine os passos seus*



3.5 A tragédia

Aqui, os quadros sucedem-se rapidamente.

A dupla passa a apresentar-se em rodeios (início da febre).

Mantêm contato com a família.

No transcorrer desta nova jornada, há um estranhamento, mas gradativamente vai nascendo uma relação de amizade e companheirismo; Miranda conquista Emival e a alegria dos meninos é contagiante.

Porém, a fatalidade se manifesta de forma avassaladora: em um acidente na estrada, Emival perde a vida.

O desespero dos pais é flagrante, Francisco se culpa e encontra na esposa conforto e absolvição: “Se nós erramos, foi tentando acertar”.



A perda do irmão faz Mirosmar negar sua essência. Desilude-se, devolve a sanfona a Francisco e pede que a troque por uma televisão para sua mãe. É mais um pedreiro nos canteiros de obras.



Novamente Francisco se reveste de “destinador”: não vende a sanfona e Mirosmar volta a tocá-la. É neste recorte do texto que um novo personagem ganha destaque. Surge Welson, o caçula de nove irmãos e, por ser o mais novo, nesta ou qualquer outra situação ganhar destaque é incomum. Porém, pensando o produto até aqui presente, é lógico. O filme

não se enriquece na interrogação do porque, apenas ganha força, expressão e continuidade no fato. Num futuro breve esta associação se mostrará soberana.



Saudade bandida, composição da dupla e por ela interpretada, embala o sonho de Welson, demonstrando a força de Mirosmar na construção de sua identidade, e a falta que a distância do irmão representou em sua vida.

Preciso de você

Preciso

Preciso de você aqui

Amor eu sou seu dependente

Coração carente

Vai me enlouquecer

Neste recorte, uma cena no transcorrer do filme merece citação: a família reunida, e na telinha o *Jornal da Globo*. Cid Moreira, no protocolo imutável, despede-se com o “boa noite” tão característico, e Francisco, sendo o chefe da família, responde à sua saudação.

A admiração de Welson por Mirosmar vai se delineando, seja pelo sonho de igualar-se ao ídolo, seja pelo desejo do pai ou, ainda, pela

necessidade/desejo do irmão. É nesta ocasião que Mirosmar assume o nome Zezé e forma nova dupla com Dudu, figura até então desconhecida.

A dupla Dudu e Zezé se apresenta em um festival regional, e é assistida por Welson. É nesta situação que Zezé conhece Zilú.

É paixão à primeira vista, a primeira dança e o primeiro beijo, com direito à falta de respiração da moça, tudo ao som de *Como vai você*, do repertório de Roberto Carlos, composição romântica de Antônio Marcos, pai da atriz Paloma Duarte, intérprete de Zilú. A música traz a idéia do indivisível, da paz do par e do saber do outro.



Como vai você?

Eu preciso saber da sua vida

Peça a alguém pra me contar sobre o seu dia

Anoiteceu e eu preciso de saber

Como vai você ?

Que já modificou a minha vida

Razão da minha paz tão dividida

Nem sei se gosto mais de mim ou de você

Vem, que a sede de te amar me faz melhor

Eu quero amanhecer ao seu redor

Preciso tanto me fazer feliz

Vem, que o tempo pode afastar nós dois

Não deixe tanta vida pra depois

Eu só preciso saber...

Como vai você ?

*Eu preciso saber da sua vida
peço a alguém pra me contar
sobre o seu dia
Anoiteceu e eu preciso só saber
Como vai você?
que já modificou a minha vida
razão da minha paz tão dividida
nem sei se gosto mais de mim
ou de você
Vem, que a sede de te amar me faz melhor
Eu quero amanhecer ao seu redor
Preciso tanto me fazer feliz
Vem, que o tempo pode afastar nós dois
Não deixe tanta vida pra depois
Eu só preciso saber
Como vai você*

A dupla vence o festival, mas se desfaz. A seqüência de quadros agora é rápida: o casamento de Zezé e Zilú, e o nascimento da primeira filha do casal. O fundo musical *Prá mudar a minha vida* revela a angústia vivida por Mirosmar; parece um sentimento confuso, mas acompanhando sua história tudo passa a fazer sentido. Ao tempo que encontra Zilú, a parceria com Dudu chega ao fim. Tenta a carreira solo sem resultado, mas não desiste. O reprocesso do modelo de união de Francisco e Helena se evidencia na cena, com Mirosmar dependente da aprovação da companheira na busca da carreira com que tanto sonha. A negação do início da música vai se transfigurando em parceria incondicional, e esta em apoio e comunhão.

*Queria tanto te dizer que eu já não te amo
que seu amor em minha vida foi mais um engano
Até quando eu tenho que fingir?
Se a minha boca morre de vontade do seu beijo...
Queria esquecer você apenas um momento
mas nunca consegui tirar você do pensamento
Quando eu digo que não devo te amar
o meu coração me diz te quero e não tem jeito*

*Eu sempre fiz de tudo pra me apaixonar
até um dia alguém deixar saudade no meu peito
Agora eu tenho medo
Agora eu tenho medo
Você chegou, me deixou sem saída
Me fez te querer quando eu não mais queria
Você me fez amar quando eu dizia não
e acreditar que no seu coração,
tinha o grande amor que eu sonhei um dia...
Você chegou quando a dor mais doía
e me encontrou quando eu me perdia
Acho que foi Deus que te mandou pra mim
pra recomeçar e me fazer feliz, por toda a vida.
Eu sempre fiz de tudo pra me apaixonar
até um dia alguém deixar saudade no meu peito
Agora eu tenho medo
Agora eu tenho medo
Você chegou, me deixou sem saída
Me fez te querer quando eu não mais queria
Você me fez amar quando eu dizia não
e acreditar que no seu coração,
tinha o grande amor que eu sonhei um dia...
Você chegou quando a dor mais doía
e me encontrou quando eu me perdia
Acho que foi Deus que te mandou pra mim
pra recomeçar e me fazer feliz, por toda a vida.*

A busca pelo sucesso é incessante. O destino do casal é São Paulo, e o endereço é a Avenida São João.

Uma primeira grande conquista: a gravação de um disco. Nela, Zezé é apresentado a *Leandro e Leonardo*, dupla que encabeçava as paradas de sucessos na época.



E em Goiânia, Welson que idolatra o irmão, trabalha vendendo redes. É a sua vez de se apaixonar, por Cleide, e *Toneladas de Paixão* dá o tom do envolvimento. Trata-se porém de uma relação relâmpago: gravidez, casamento e separação sucedem-se rapidamente.

*Quando eu te vi me apaixonei,
Tive que seguir meu pensamento,
Eu não sou de ferro e nem de aço,
Nem meu coração é de cimento.
Quando eu te vi não segurei,
Fui me desmanchando de paixão,
Eu já não dou conta do que faço,
Já não mando mais no coração.
Me atirei igual á água, quando desce a cachoeira,
Me acendi feito uma brasa, com o vento na fogueira,
Me atirei sem para-quedas, e voei no seu espaço,
Fui cair feito uma pedra, no calor do seu abraço.*

Em São Paulo, Zezé e Zilú vão a uma loja de discos e pedem o trabalho recém gravado. A vendedora menciona que o disco não estava vendendo, e lhes oferece o de *Leandro e Leonardo*, com o hit *Solidão*.

É uma triste ironia, pois quem assina a composição do sucesso é o próprio Zezé. Frustrado, culpa o pai por seu sonho louco (na única manifestação de revolta ao longo de todo o filme). Já com duas filhas, dependendo do trabalho da mulher para o sustento da família, pensa em desistir (cena filmada sobre o Viaduto Santa Ifigênia, em São Paulo).

Corte, Goiânia. Welson chega em casa e percebe que Cleide partiu. Passam-se alguns dias, resolve procurá-la, quando a vê com outro. Angustiado, volta a morar com a família, passeia pelas noites, olhando sua vida que percebe sem sentido. Frente à cobrança do pai, mente, valendo-se do argumento que sabe que o sensibilizará: conta que está ensaiando e se apresentando em um bar.

Francisco continua ativo e, fiel a seu sonho e propósitos, presenteia Welson com um violão. É a possibilidade de uma nova dupla que se vislumbra.

Welson vai para São Paulo ao encontro do irmão. Não tendo como negar, conta envergonhado a Zezé que não sabe tocar. Nesta situação, Zezé empresta a figura de seu pai e pactua com Welson, ensinando-o a tocar e partilhando com ele o sonho de alcançar o “sucesso”.

3.6 ZEZÉ DI CAMARGO & LUCIANO

Empenhados no aprendizado de Welson, buscam um nome para formarem nova dupla. Dentre as várias opções, escolhem Luciano, Zezé completa o seu com o sobrenome da família, e a música sertaneja ganha uma nova dupla, **Zezé Di Camargo & Luciano**. A música de fundo da cena é novamente *No dia em que eu saí de casa*.

Conseguem contrato para gravação de um disco, mas são avisados pelo produtor que gravar é uma coisa, e distribuir é mais difícil.



Em meio a mais uma crise com Zilú gerada pela falta de recursos financeiros, Zezé compõe *É o amor*, na narrativa enlevando o público com a voz de Maria Bethânia.

*Eu não vou negar que sou louco por você
Tô maluco pra te ver
Eu não vou negar
Eu não vou negar sem você tudo é saudade
Você traz felicidade
Eu não vou negar
Eu não vou negar você é meu doce mel
Meu pedacinho de céu
Eu não vou negar
Você é minha doce amada
Minha alegria
Meu conto de fada
Minha fantasia
A paz que eu preciso pra sobreviver
Eu sou o seu apaixonado de alma transparente
Um louco alucinado meio inconseqüente
Um caso complicado de se entender
É o amor
Que mexe com minha cabeça
E me deixa assim
Que faz eu pensar em você esquecer de mim
Que faz eu esquecer que a vida é feita pra viver
É o amor
Que veio como um tiro certo no meu coração
Que derrubou a base forte da minha paixão
E fez eu entender que a vida é nada sem você*

É final de ano, e vão à Goiânia rever a família. Na mala, a fita com a mixagem do disco. Mostram aos pais o resultado de seu trabalho.

A cena que traduz a vida de Francisco se desenrola na sala da casa. Pensativo, comenta com Helena, quando esta chega do trabalho, que sonho louco foi o seu, de acreditar que o sucesso era algo possível. A resposta de Helena será sua chave, ela lhe diz que não sonha: “Foi acordada que criei essas crianças”.

No rádio (sempre presente), o locutor atende a ligações pedindo a execução de músicas.



Francisco engendra seu plano de ação: leva a fita da dupla a um conhecido da Rádio Terra de Goiânia, gasta seu salário comprando fichas telefônicas que distribui a seus colegas, instruindo-os a ligarem para a rádio pedindo a música dos “meninos”. A câmera passeia célere pelos orelhões (telefones públicos), trazendo para a platéia a dinâmica da ação. As ligações para a rádio não param, e *É o amor* estoura nas paradas de sucessos. Em consequência, o disco é lançado e em seis meses vende um milhão de cópias.



Francisco, de “louco” a “visionário”



Zezé Di Camargo & Luciano - vinte milhões de discos vendidos

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nosso projeto de pesquisa pretendemos avaliar as causas que fizeram de *2 filhos de Francisco* um fenômeno de público. No início, duas vertentes possíveis nos chamaram a atenção: uma que dizia sobre o enraizamento cultural brasileiro, preponderando a figura do sertanejo; a outra nos conduzia pelo estudo do processo mercadológico do produto (o filme).

No transcorrer do estudo de caso de *2 filhos de Francisco*, outras possibilidades do sucesso comercial ficaram evidentes, e as figuras de heróis contidas no filme mereceram uma análise particular.

O ponto de partida do processo comercial de nosso objeto de estudo era diferenciado por tratar-se da história de uma dupla de cantores sertanejos campeões na vendagem de discos. Esta condição facilitou sobremaneira o resultado alcançado, mas não é causa suficiente para tê-lo obtido, uma vez que outros filmes produzidos recentemente foram baseados em figuras estelares, ou por elas protagonizados, sem bilheterias expressivas.

Dentro de uma perspectiva da história do cinema brasileiro, buscamos pontualmente as películas que traziam o sertanejo/caipira como referência para nosso trabalho, e não tivemos a pretensão de discutir seus ciclos. Tal busca surtiu efeito, pois encontramos ao longo deste percurso histórico cinematográfico produtos que privilegiaram estas figuras, sejam elas constituídas por gaúchos, nordestinos, peões ou lavradores.

Estes migrantes, anteriormente habitando o interior do país, e num segundo momento como retirantes, hoje encontram-se estabelecidos nos conglomerados urbanos, como revelam os últimos censos do IBGE.

A história de nosso cinema também apresenta a figura do herói sertanejo travestido de guerreiro, situação modelar nos enredos sobre o cangaço, e em outras como o pai-herói, em alguns filmes de Mazzaropi, casos de *As aventuras de Pedro Malazartes* (1960), e *Tristeza do Jeca* (1961), bem como em *2 filhos de Francisco*.

Os heróis encontrados neste último não são os clássicos, mas sim os populares, pessoas comuns do campo que buscam durante a vida uma condição melhor, como um sem número de brasileiros, e na medida em que alcançam êxito, alimentam os sonhos da possibilidade dos demais.

O enredo do filme traz inúmeras expressões que ilustram o sentimento popular do “ser herói”. Dentre outras estão presentes, lutador, guerreiro, trabalhador, honesto. Em depoimentos retirados do *making-off* do filme, artistas, executivos e participantes do projeto externam suas opiniões, acentuando os valores característicos destes personagens.

Na produção do filme, os cuidados tomados na seleção de imagens, eliminando aquelas que eventualmente pudessem desagradar ao público; na escolha do elenco sustentado por atores da Rede Globo; na trilha sonora sob a batuta de Caetano Veloso em parceria com Zezé Di Camargo, trazendo estrelas de primeira grandeza da MPB, casos de Maria Bethânia e Ney Matogrosso; na escolha das locações, o sítio onde a história se inicia e a praça de Pirenópolis, palco das festas populares retratadas, emprestaram nobreza ao produto. E não faltou poesia ao filme, presente em inúmeras cenas; dentre as quais destacamos a de Mirosmar tocando em sua gaita *Menino da Porteira*, o olhar embevecido de Francisco e o campo dourado com suave brisa ao fundo.

Atribuímos a este conjunto de situações o impacto positivo causado pelo filme junto ao público em geral e não apenas para os consumidores da música sertaneja, e se os associarmos ao resultado da análise da construção mercadológica do produto, na qual nos deparamos com um planejamento de marketing, planos estratégicos, comerciais e operacionais

dignos de grandes corporações, e aparentemente incomuns em um cinema que não consegue se estruturar enquanto indústria, caso do brasileiro, podemos explicar o seu sucesso.

A promoção, quarto componente do mix de marketing, foi sobejamente trabalhada, tanto no que concerne ao pré, quanto ao pós-lançamento, com a correta exploração de todos os canais midiáticos na divulgação do filme.

Para finalizar, gostaríamos de salientar que a pretensão deste trabalho é tão-somente esperar que ele possa servir, mesmo que modestamente, para o desenvolvimento do estudo dos aspectos mercadológicos do cinema brasileiro.

BIBLIOGRAFIA

ADAMI, Antonio, BALOGH, Ana Maria, CARDOSO, Haydée Dourado de Faria, DROGUETT, Juan (Orgs.). *Mídia, cultura, comunicação*. São Paulo: Arte & Ciência Editora, 2002.

ADORNO, Theodore W.. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AMÂNCIO, Tunico. *Artes e Manhas da Embrafilme: Cinema Estatal Brasileiro em sua época de ouro (1977-1981)*, Niterói: EDUFF, 2000.

AUDRÁ JR., Mário. *Cinematográfica Maristela: Memórias de um Produtor*. São Paulo: Silver Hawk, 1997.

BAITELLO Jr., Norval. *A era da iconofagia*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV*. São Paulo: EDUSP, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

_____. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BERKOWITZ, Eric N., HARTLEY, Steven W., KERIN, Roger A., RUDELIUS, William. *Marketing*. Rio de Janeiro: L.T.C., 2003.

BOAS, Franz. *Antropologia cultural*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BOGDAN, R.C. & BIRTEN, S.K. *Qualitative Research for Education, An Introduction for to Theory and Methods*. Boston. Allyn and Bacon 1987.

BRANDÃO, Junito de Souza. *Mitologia Grega – cap.2*. Petrópolis: Editora Vozes, 1991

BRUYNE, P. & HERMAN, J. & SCHOUTHEETE, *Métodos de Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1977.

BUTCHER, Pedro. *Cinema brasileiro hoje*. São Paulo: Publifolha, 2005.

CAETANO, Daniel, org. *Cinema brasileiro 1995-2005 revisão de uma década*. São Paulo: Azougue Editorial, 2005.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix, 2005.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. *Comunicação e Sociedade*. São Paulo: IMS, 1991.

CATANI, Afrânio Mendes. *A Aventura Industrial e o Cinema Paulista (1930-1955)*. In: RAMOS, Fernão (Org) *História do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Art Editora, 1987.

CHURCHILL, Gilbert A. JR, PETER, J.Paul. *Marketing – Criando valor para os clientes*. São Paulo: Ed.Saraiva , 2003.

COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. 4 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

CONTRERA, Malena Segura. *Mídia e pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia*. São Paulo: Annablume, 2002.

_____ *O mito na mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação*. 2 ed. São Paulo: Annablume, 2000.

COOK, Stuart W., DEUTSCH, Morton, JAHODA, Marie, SELTZ, Claire. *Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais*. São Paulo: E.P.U., 1975.

COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema*. São Paulo: Scritta, 1995.

COURTÊS, Joseph. *INTRODUÇÃO À SEMIÓTICA NARRATIVA E DISCURSIVA*. Coimbra: Livraria Almedina, 1979.

DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). *Gestão de Marketing*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.

DOWBOR, Ladislau e outros (Orgs.), *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

DROGUETT, Juan, *Sonhar de olhos abertos*. São Paulo: Editora Arte & Ciência, 2004.

DUARTE, B.J. *Dez Anos de Cinema Paulista: 1946-1956*. São Paulo: Inédito, s/d.

FIORIN, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. 7 ed. São Paulo: Editora Ática, 2001.

GALVÃO, Maria Rita. *Burguesia e Cinema: o caso Vera Cruz*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira/ Embrafilme, 1981.

GIL, Antonio Carlos. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

GONÇALVES, Maurício Reinaldo. *Cinema brasileiro e identidade Nacional: discurso e construção (1898-1969)*. São Paulo: USP-ECA.

GONZAGA, Alice. *50 anos de Cinédia*. Rio de Janeiro, Record, 1987.

GOODE, William J., HATT, Paul K., *Métodos em Pesquisa Social*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

LEITE, Sidney Ferreira. *Cinema brasileiro: das origens à retomada*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2005.

LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LIMA, Manolita Correia. *Monografia – a engenharia da produção acadêmica*. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

LEVITT, Theodore. *A Imaginação de Marketing*. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas/SP: Papirus, 1997.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____ *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonia*. México: Editorial Gustavo Gili, S.A., 1987.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de Comunicação como extensões do Homem (understanding media)*. São Paulo: Editora Cultrix, 1979.

MORENO, Antonio. *Cinema Brasileiro: História e Relações com o Estado*. Niterói: EDUFF, Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005

MOURA, Roberto. *A Bela Época (Primórdios-1912)*. In RAMOS, Fernão (Org.). *História do Cinema Brasileiro*. 2 ed. São Paulo: Art Editora, 1987.

MÜLLER, Lutz. *O Herói: todos nascemos para ser heróis*. São Paulo: Cultrix, 1992.

NASCIMENTO, Geraldo Costa do. *A intertextualidade em atos de comunicação*. São Paulo: Annablume, 2006.

PAPA, Dolores. *Ruy Guerra: filmar e viver*. São Paulo:MD Prod., 2006.

RAMOS, Fernão, et alli. *História do cinema brasileiro*. São Paulo: Art, 1987.

RAMOS, Fernão Pessoa, MIRANDA, Luiz Felipe (Orgs.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

RAMOS, J.Mário Ortiz. *Cinema, Estado e Lutas Culturais (Anos 50-60-70)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

RANDAZZO, Sal . *A CRIAÇÃO DE MITOS NA PUBLICIDADE - Como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

ROMANO, Vicente. *Ordem cultural e ordem natural do tempo*. São Paulo: Biblioteca CISC, 2006.

SALOMON, Délcio Vieira. *Como Fazer uma Monografia*. Belo Horizonte: Interlivros, 1977.

SIMIS, Anita. *Estado e Cinema no Brasil*. São Paulo, Annablume, 1996.

TODOROV, Tzvetan. *O homem desenraizado*. Rio de Janeiro: Record, 1999.

THOMPSON, James J., *Anatomia da Comunicação*. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1977.

TRIVIÑOS, A.N.S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*. 2 ed. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

TROUT, Jack. *Diferenciar ou morrer – Sobrevivendo em uma era de Competição mortal*. São Paulo: Editora Futura, 2000.

VERA, Armando Asti. *Metodologia da Pesquisa Científica*. Porto Alegre: Editora Globo, 1978.

VIANY, Alex. *Introdução ao Cinema Brasileiro*. 2 ed. Rio de Janeiro, Alhambra/Embrafilme/Revan, 1987.

VIEIRA, João Luiz. *A Chanchada e o Cinema Carioca*. In: Ramos, Fernão (Org.) *História do Cinema Brasileiro*, São Paulo: Art Editora, 1987.

WRIGHT, Charles R., *Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1973.

XAVIER, Ismail – *O Discurso Cinematográfico: A Opacidade e a Transparência*. Paz e Terra: R.J. 1977.

WEBGRAFIA

www.tvcultura.com.br/aloescola

www.adorocinemabrasileiro.com.br

www.mnemocine.com.br

www.pucsp.br

www.unicamp.br

www.intercom.org.br

www.cisc.org.br/

ANEXOS

Trilha sonora do filme “2 filhos de Francisco”:

BEIJINHO DOCE

Nhô Pai

Interpretação: Tonico e Tinoco

Que beijinho doce
Que ela tem
Depois que beijei ela
Nunca mais beijei ninguém
Que beijinho doce
Foi ela quem trouxe
De longe prá mim
um abraço apertado
Suspira dobrado
Que amor sem fim.
Coração quem manda
Quando a gente ama
Se eu estou junto dela
Sem dar um beijinho



É O AMOR

Zezé Di Camargo

Interpretação: primeira entrada - Maria Bethânia

segunda entrada - Zezé Di Camargo & Luciano

Eu não vou negar que sou louco por você
Tô maluco pra te ver
Eu não vou negar
Eu não vou negar sem você tudo é saudade
Você traz felicidade
Eu não vou negar
Eu não vou negar você é meu doce mel
Meu pedacinho de céu
Eu não vou negar



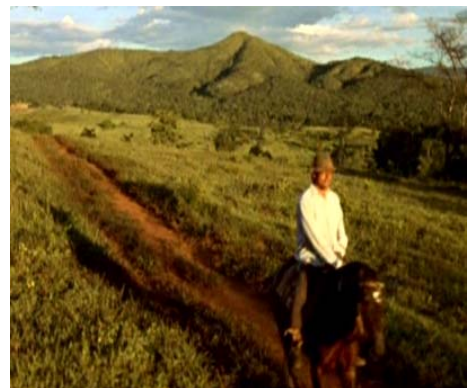
Você é minha doce amada
Minha alegria
Meu conto de fada
Minha fantasia
A paz que eu preciso pra sobreviver
Eu sou o seu apaixonado de alma transparente
Um louco alucinado meio inseqüente
Um caso complicado de se entender
É o amor
Que mexe com minha cabeça
E me deixa assim
Que faz eu pensar em você esquecer de mim
Que faz eu esquecer que a vida é feita pra viver
É o amor
Que veio como um tiro certo no meu coração
Que derrubou a base forte da minha paixão
E fez eu entender que a vida é nada sem você

SAUDADE BREJEIRA

José Eduardo Morais/ Nasr Chaul

Interpretação: Caetano Veloso e Zezé Di Camargo

Que saudade do meu alasão
Do berrante imitando trovão
da boiada de baixo do sol
nos caminhos gerais do sertão
das estrelas da noite luar
capeloubou na mata azul
do arroz com piquito ingá
dos amigos de fé da minha terra
minha terra de ribeirão das caldas
de olho da água de magia e procissão
de congadas de meu chapéu de palha
deste amor natural do coração
quanto mãe traz notícias de lá
a vontade é voltar pra ficar
me abençoa ao céu de acuan
di quipina peilo e ceda
minha serra ouro e dor dourada



quanta tristeza nas tardes do sertão
que a noite transforma em serenata
cantoria que afasta a solidão
o meu peito goiano é assim
di saudade brejeira sem fim
quando gosta ele diz que trem bão
quanto canta a viola é paixão
minha serra de ouro e dor dourada
quanta tristeza nas tardes do sertão
que a noite transforma em serenata
cantoria que afasta solidão
o meu peito goiano é assim
de saudade brejeira sem fim
quando gosta ele diz que trem bão
quando canta a viola é paixão
lara eu, lara eu, lara eu
lara eu, lara eu

NO DIA EM QUE EU SAÍ DE CASA

Joel Marques

Interpretação: Zezé Di Camargo & Luciano

No dia em que saí de casa minha mãe me disse filho vem cá
Passou a mão em meus cabelos, olhou em meus olhos começou falar
Por onde você for eu sigo com meu pensamento sempre onde estiver
Em minhas orações eu vou pedir a Deus
Que ilumine os passos seus
Eu sei que ela nunca compreendeu
Os meus motivos de sair de lá
Mas ela sabe que depois que cresce
O filho vira passarinho e quer voar
Eu bem queria continuar alí
Mas o destino quis me contrariar
E o olhar de minha mãe na porta
Eu deixei chorando a me abençoar
A minha mãe naquele dia me falou do mundo como ele é
Parece que ela conhecia cada pedra que eu iria por o pé
E sempre ao lado do meu pai da pequena cidade ela jamais saiu
Ela me disse assim meu filho vá com Deus



Que este mundo inteiro é seu
Eu sei que ela nunca compreendeu
Os meus motivos de sair de lá
Mas ela sabe que depois que cresce
O filho vira passarinho e quer voar
Eu bem queria continuar alí
Mas o destino quis me contrariar
E o olhar de minha mãe na porta
Eu deixei chorando a me abençoar

DOU A VIDA POR UM BEIJO

Antonio Luiz/ Cecílio Nena/ Lalo Prado

Interpretação: Zezé Di Camargo & Luciano

Difícil demais, te amar assim
Minha timidez tem que ter um fim
preciso perder o medo de falar
pra não te perder vou me declarar
Morro de saudade quando você some
dá uma vontade de gritar seu nome
Quase uma loucura, uma obsessão
Pra me sentir feliz só tem uma saída
fazer você ficar de vez na minha vida
Perto dos meus olhos e do coração....
Eu te amo, eu preciso te dizer
Todo dia, toda noite o meu sonho é você
Eu te amo, é paixão que não tem fim
dou a vida por um beijo
quero ter voce pra mim



TONELADAS DE PAIXÃO

Darci Rossi/ Alexandre/ Serginho Sol

Interpretação: Zezé Di Camargo & Luciano

Quando eu te vi me apaixonei,
Tive que seguir meu pensamento,
Eu não sou de ferro e nem de aço,

Nem meu coração é de cimento.
Quando eu te vi não segurei,
Fui me desmanchando de paixão,
Eu já não dou conta do que faço,
Já não mando mais no coração.
Me atirei igual á água, quando desce a cachoeira,
Me acendi feito uma brasa, com o vento na fogueira,
Me atirei sem para-quédas, e voei no seu espaço,
Fui cair feito uma pedra, no calor do seu abraço.
Emoção tomando conta, meu olhar virou goteira,
Fiquei leve igual criança, quando cai na brincadeira,
Pela estrada do destino, sigo em sua direção,
Por você vou carregando toneladas de paixão.
Quando eu te vi não segurei,
Fui me desmanchando de paixão,
Eu já não dou conta do que faço,
Já não mando mais no coração.
Me atirei igual á água, quando desce a cachoeira,
Me acendi feito uma brasa, com o vento na fogueira,
Me atirei sem para-quédas, e voei no seu espaço,
Fui cair feito uma pedra, no calor do seu abraço.
Emoção tomando conta, meu olhar virou goteira,
Fiquei leve igual criança, quando cai na brincadeira,
Pela estrada do destino, sigo em sua direção,
Por você vou carregando toneladas de paixão.
Emoção tomando conta, meu olhar virou goteira,
Fiquei leve igual criança, quando cai na brincadeira,
Pela estrada do destino, sigo em sua direção,
Por você vou carregando toneladas de paixão.
Por você vou carregando toneladas de paixão



TRISTEZA DO JECA

Angelino de Oliveira

Interpretação: Maria Bethânia e Caetano Veloso, participação especial
Zezé di Camargo

Nesses versos tão singelos
Minha bela meu amor
Pra você quero contar

O Meu sofrer e a minha dor
 Sou igual a um sabiá
 Que quando canta é só tristeza
 Desde o galho onde ele esta
 Nessa viola canto e gemo de verdade
 Cada toada representa uma saudade
 Eu nasci naquela serra
 Num ranchinho beira chão
 Todo cheio de buracos
 Onde a lua faz clarão
 Quando chega a madrugada
 Lá no mato a passarada principia um barulhão
 Nessa viola canto e choro de verdade
 Cada toada representa uma saudade
 Lá no mato tudo é triste desde o jeito de falar
 Pois o jeca quando canta dá vontade de chorar
 E o choro que vai caindo devagar vai se sumindo
 Como as águas vão pro mar



CALIX BENTO

Tavinho Moura

Interpretação: Ney Matogrosso, participação especial Caetano Veloso

O Deus salve o oratório
 O Deus salve o oratório
 Onde Deus fez a morada aiai meu Deus
 Onde Deus fez a morada oiái
 Onde mora o Calix Bento
 Onde mora o Calix Bento
 E a hóstia consagrada óiai meu Deus
 E a hóstia consagrada óiai
 De Jesé nasceu a vara
 De Jesé nasceu a vara
 Da vara nasceu a flor oia meu Deus
 Da vara nasceu a flor oia
 E da flor nasceu Maria
 E da flor nasceu Maria
 De Maria o Salvador oiái meu Deus
 De Maria o Salvador oiái



COMO VAI VOCÊ

Mário Marcos/Antonio Marcos

Interpretação: Antonio Marcos, Zezé di Camargo e Luciano

Como vai você?
Eu preciso saber da sua vida
Peça a alguém pra me contar sobre o seu dia
Anoiteceu e eu preciso de saber
Como vai você ?
Que já modificou a minha vida
Razão da minha paz tão dividida
Nem sei se gosto mais de mim ou de você
Vem, que a sede de te amar me faz melhor
Eu quero amanhecer ao seu redor
Preciso tanto me fazer feliz
Vem, que o tempo pode afastar nós dois
Não deixe tanta vida pra depois
Eu só preciso saber...
Como vai você ?
Eu preciso saber da sua vida
peço a alguém pra me contar
sobre o seu dia
Anoiteceu e eu preciso só saber
Como vai você?
que já modificou a minha vida
razão da minha paz tão dividida
nem sei se gosto mais de mim
ou de você
Vem, que a sede de te amar me faz melhor
Eu quero amanhecer ao seu redor
Preciso tanto me fazer feliz
Vem, que o tempo pode afastar nós dois
Não deixe tanta vida pra depois
Eu só preciso saber
Como vai você



O LAVRADOR

Niceas da Silva/ Felisbello da Silva/ Cecílio Nena

Interpretação: Wanessa Camargo e Nando Reis

Sou apenas lavrador... moro lá no infinito na
Inchada eu sou doutor.... no machado eu sou perito
Os meus versos semeei no rancho no balanço do garrancho que
Sol queimou no laço do pataxo no riacho no braço da
Viola que consola um cantador minha vida pelos campos
Que são tantos pirilampus entre troncos e barrancos sou feliz
E por enquanto até o presidente come do que eu planto
Até o presidente come do que eu planto
Sou apenas sonhador... da raiz e da semente não
Há terra meu senhor... que eu não faça obediente
Tantos anos já gastei no gado no arado e no chachado de um
Sanfoneiro fiz um filho sou o livro planto arvores e o
Resto dos pecados por ser macho também desejei
Minha vida pelos campos se chover não tem quebranto há
Colheita vai ser boa tem fartura eu garanto até o presidente
Come do que eu planto até o presidente come
Do que eu planto todos presidentes (todos presidentes)
Todos brasileiro todos eles comem oh... o que eu
Planto e que eu semeiu.... oh... o que eu planto e que
Eu semeiu.... oh... o que eu planto e que eu semeiu...



LUAR DO SERTÃO

Catulo da Paixão Cerense / João Pernambuco

Interpretação: Zezé Di Camargo e Luciano, Chitãozinho e Xororó

Oh que saudade do luar da minha terra
Lá na serra branquejando, folhas secas pelo chão
Este luar cá da cidade tão escuro
Não tem aquela saudade, do luar lá do sertão!
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Se a lua nasce por detras da verde mata
Mais parece um sol de prata, prateando a solidão
E a gente pega na viola que ponteia



E a canção e a lua cheia, a nascer no coração
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Coisa mais bela neste mundo não existe
Do que ouvir o galo triste no sertão se faz luar
Parece até que a alma da lua é quem diz "canta!"
Escondida na garganta deste galo a soluçar
Ah, quem me dera eu morresse lá na serra!
Abraçado á minha terra de domingo de uma vez
Ser enterrado numa grota pequenina
Onde á tarde, a sururina chora a sua viuvez
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão
Não há, ó gente, oh! não, luar como esse do sertão!

EU E MEU PAI

Vicente Dias/ Cleide

Interpretação: Zezé di Camargo e Luciano

Olha lá o meu pai
Com as mãos calejadas
Perdendo o seu resto de vida
No cabo da enxada
Eu não queria que fosse assim
Pra mim seria tudo diferente
Queria ter meu pai na cidade
Morando alegre junto da gente
De que vale ter diploma
Ter conforto, ter de tudo
Se eu não posso ter em casa
Ele que me pôs no mundo
Estudei por tantos anos
Para tira-lo daqui
Meu esforço foi em vão
Porque ele não quer ir
Quando é de manhãzinha
Que o dia vem chegando
Ele escuta seu despertador



No poleiro cantando
Ele chama seu melhor amigo
Que sai latindo e correndo na frente
E vem pro trabalho pesado
Aqui debaixo deste sol ardente
Nesse carro eu me vejo
Bem vestido e perfumado
Sofro tanto vendo ele
De suor todo molhado
Olha a condução do velho
Numa corda amarrada
Olha a geladeira dele
Lá na sombra encostada
Quando é de tardezinha
vai pra sua casinha
Comer seu feijão com arroz
Feito no fogão a lenha
E na sua poltrona de angilo
Ele vai sentar comovido
E na tela maior do mundo
Ele contempla seu filme preferido
Na televisão do velho
Não tem filmes de bandidos
Não tem filmes policiais
E nem filmes proibidos
No canal do infinito
Sua TV é ligada
Só aparecem as estrelas
E a lua prateada
Olha lá o meu pai...

PRÁ MUDAR A MINHA VIDA

César Augusto/Piska

Interpretação: Zezé di Camargo e Luciano

Queria tanto te dizer que eu já não te amo
que seu amor em minha vida foi mais um engano
Até quando eu tenho que fingir?
Se a minha boca morre de vontade do seu beijo...

Queria esquecer você apenas um momento
mas nunca consegui tirar você do pensamento
Quando eu digo que não devo te amar
o meu coração me diz te quero e não tem jeito
Eu sempre fiz de tudo pra me apaixonar
até um dia alguém deixar saudade no meu peito
Agora eu tenho medo
Agora eu tenho medo
Você chegou, me deixou sem saída
Me fez te querer quando eu não mais queria
Você me fez amar quando eu dizia não
e acreditar que no seu coração,
tinha o grande amor que eu sonhei um dia...
Você chegou quando a dor mais doía
e me encontrou quando eu me perdia
Acho que foi Deus que te mandou pra mim
pra recomeçar e me fazer feliz, por toda a vida.
Eu sempre fiz de tudo pra me apaixonar
até um dia alguém deixar saudade no meu peito
Agora eu tenho medo
Agora eu tenho medo
Você chegou, me deixou sem saída
Me fez te querer quando eu não mais queria
Você me fez amar quando eu dizia não
e acreditar que no seu coração,
tinha o grande amor que eu sonhei um dia...
Você chegou quando a dor mais doía
e me encontrou quando eu me perdia
Acho que foi Deus que te mandou pra mim
pra recomeçar e me fazer feliz, por toda a vida.



DOU A VIDA POR UM BEIJO

Antonio Luiz/ Cecílio Nena/ Lalo Prado

Interpretação: Zezé di Camargo e Luciano

Difícil demais, te amar assim
Minha timidez tem que ter um fim
preciso perder o medo de falar
pra não te perder vou me declarar

Morro de saudade quando você some
dá uma vontade de gritar seu nome
Quase uma loucura, uma obsessão
Pra me sentir feliz só tem uma saída
fazer você ficar de vez na minha vida
Perto dos meus olhos e do coração....
Eu te amo, eu preciso te dizer
Todo dia, toda noite o meu sonho é você
Eu te amo, é paixão que não tem fim
dou a vida por um beijo
quero ter voce pra mim



POEIRA VERMELHA

Padre Fábio de Melo

Interpretação: Pena Branca e Xavantinho

O carro de boi lá vai
Gemendo lá no estradão
Suas grandes rodas fazendo
Profundas marcas no chão
Vai levantando poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Olha seu moço a boiada
Em busca do ribeirão
Vai mugindo e vai ruminando
Cabeças em confusão
Vai levantando poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Olha só o boiadeiro
Montado em seu alazão
Conduzindo toda a boiada
Com seu berrante na mão
Seu rosto é só poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Barulho de trovada
Coriscos em profusão
A chuva caindo em cascata
Na terra fofa do chão
Virando em lama a poeira, poeira vermelha



Poeira, poeira do meu sertão
Poeira entra meus olhos
Não fico zangado não
Pois sei que quando eu morrer
Meu corpo irá para o chão
Se transformar em poeira, poeira vermelha
Poeira, poeira do meu sertão
Poeira do meu sertão, poeira
Poeira do meu sertão

RIO DE LÁGRIMAS (RIO DE PIRACICABA)

Lourival Santos, Piraci e Tião Carreiro

Interpretação: Dablio Moreira (Mirosmar) e Marcos Henrique (Emival)

O rio de Piracicaba
Vai jogar água prá fora
Quando chegar a água
Dos olhos de alguém que chora
Lá no bairro onde eu moro
Existe uma nascente
A nascente dos meus olhos
Já brotou água corrente
Pertinho da minha casa
Já formou uma lagoa
Com lágrimas dos meus olhos
Por causa de uma pessoa
Eu quero apanhar uma rosa
Minha mão já não alcança
Eu choro desesperado
Igualzinho a uma criança
Duvido alguém que não chore
Pela dor de uma saudade
Eu quero ver quem não chora



Saudade bandida

Zezé di Camargo & Luciano

Interpretação: Zezé di Camargo & Luciano

Outra vez, meu coração te procura
Outra vez, a solidão me tortura
E eu aqui com essa saudade bandida
Falta amor, falta você minha vida
Vem viajar no meu corpo, traga os sonhos meus
Traz de volta o meu sorriso pelo amor de Deus
Estou perdido de desejo, estou apaixonado
Aborrecido, coração magoado
Mas não tem jeito, eu quero ter você
Estou perdido de amor, estou de mal com o mundo
Obsessão, amor de vagabundo
Mas não tem jeito, eu quero ter você
Preciso de você
Preciso
Preciso de você aqui
Amor eu sou seu dependente
Coração carente
Vai me enlouquecer
Preciso
Preciso de você aqui
Sem seu amor tudo é saudade
Faz minha vontade
Vem me dar prazer



Cowboy à Pirenopolina

Interpretação:

Eu sou goiano do berço de Pirenópolis
Sou brasileiro, sou poeta, sou cantor
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
No lombo do manga larga sou o campeão
Também sou peão do trecho mandando meu caminhão
Meu santo é forte, tenho sorte com as meninas



Sou um cowboy à moda pirenopolina
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão
Sou um guerreiro nesta vida que se leva
Sou uma criança nos braços do meu amor
Eu sou goiano do berço de Pirenópolis
Sou brasileiro, sou poeta, sou cantor
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.
Ô, ô, Ô, sou peão, com minha viola eu não tenho solidão.

Música de Zé do Fole

Interpretação: Jackson Antunes

Hoje eu vou sair de casa, vou bater as asas, hoje eu vou voar
Quero um amor de verdade, uma cara metade, para me conquistar
Quero uma paixão no peito, hoje eu to do jeito que a moçada gosta
Quero um beijo da mulata, da morena eu quero essa paixão que mata,
mas se der eu fujo com a loira nas costas
Toca sanfoneiro toca, toca um chamamé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Toca sanfoneiro toca, toca um chamamé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Toca sanfoneiro toca, toca um arrasta-pé,
Hoje eu to do jeito que a morena gosta
Hoje eu to do jeito que a loirinha quer.
Hoje eu estou de rédeas soltas, brigo por qualquer paixão,
Hoje eu caio na folia e amanheço o dia nesse forrozão

