Lei de Gérson



Post (0214)+Vídeo

Na cultura brasileira, a “Lei de Gérson” é um princípio em que determinada pessoa age de forma a obter vantagem em tudo que faz, no sentido de se aproveitar de todas as situações em benefício próprio, sem se importar com questões éticas ou morais. A “Lei de Gérson” acabou sendo usada para exprimir traços bastante característicos e pouco lisonjeiros do caráter midiático nacional, associados à disseminação da corrupção e ao desrespeito a regras de convívio para a obtenção de vantagens pessoais.

A expressão originou-se em uma propaganda de 1976 criada pela Caio Domingues & Associados, que havia sido contratada pela fabricante de cigarros J. Reynolds, proprietária da marca de cigarros Vila Rica, para a divulgação do produto. O vídeo apresentava o meia armador Gérson da Seleção Brasileira de Futebol como protagonista.

O vídeo inicia-se associando a imagem de Gerson como “Cérebro do time campeão do mundo da Copa do mundo de 70” sendo narrado pelo entrevistador de terno e microfone em mão, que se passa em um sofá de uma sala de visitas, este entrevistador pergunta o porquê de Vila Rica, durante a resposta recebe um cigarro de Gerson e acende enquanto ouve, que é finalizada com a frase: “É gostoso, suave e não irrita a garganta”, e na sequência diz: “Por que pagar mais caro se o Vila me dá tudo àquilo que eu quero de um bom cigarro?”.

Depois de propagandear o cigarro e falar sobre o quanto o produto era bom, Gérson dá um sorrisinho malandro e solta a última e infeliz frase da propaganda: **“Gosto de levar vantagem em tudo, certo?”**. Desta forma, sintetizou de uma vez só o jeitinho brasileiro de fazer o errado parecer certo.

Apesar de já ser um jogador consagrado na época, ficou marcado pela propaganda. Depois de algum tempo, o “Canhotinha de Ouro” declarou que ficou arrependido de ter sua imagem associada ao anúncio.
Visto que qualquer comportamento pouco ético foi sendo aliado ao seu nome nas expressões Síndrome de Gérson ou Lei de Gérson. O diretor do comercial, José Monserrat Filho, procurando se eximir de responsabilidade, sustentou que o público fez uma interpretação errônea do seu vídeo: houve um erro de interpretação, o pessoal começou a entender, erradamente, como ser malandro. No segundo anúncio dizia: “levar vantagem não é passar ninguém para trás, é chegar a frente”, mas essa frase não ficou. A sabedoria popular usa o que lhe interessa. Nos anos 80 começaram a surgir sujeiras, escândalos e a população começou a utilizar o termo “Lei de Gérson”.

Segundo ela, se algo pode dar errado, não tem problema, pois mesmo que der errado, a gente dá um jeitinho de fazer parecer certo. Gérson de Oliveira foi quem ficou com a fama pela frase que batizou o jeitinho brasileiro, e o fato é que a maioria do povo já se beneficiou com tal lei e ainda se gaba por ser mundialmente famosos por isso.

Com os escândalos políticos que ocorrem ainda nos dias de hoje na política brasileira, tais como fraude, corrupção, lavagem de dinheiro, superfaturamento, entre outros, a expressão Lei de Gérson acaba surgindo na boca do povo e enraizada na cultura popular, virou sinônimo de levar vantagem acima de tudo, sem respeitar códigos éticos ou morais.

Assista ao vídeo do comercial:

Wikipédia, a enciclopédia livre — NG Canela — Agosto de 2013