

Primeiras Palavras

ALICE REIS E LUIZA MUSSNICH



Podemos ser gente grande ou até um bebê: ficamos tentados a desobedecer normas e desafiar autoridades. A sociedade arranja métodos para punir, reprimir, interditar, limitar essas tentações, e é isto que nos garante civilidade. Mas não é por acaso que o homem se sente seduzido pela transgressão. O delito é força motriz para o desenvolvimento das culturas, aprimoramento das artes, elaboração das leis e instituição das convenções sociais.

Nesta edição comemorativa do 35º exemplar da **Eclética**, é proibido proibir. Para os moradores da favela Santa Marta, pacificada em 2008, as restrições impostas pela dominação policial aniquilam parte da cultura do morro. Já no universo da publicidade, crianças e adolescentes assistem a comerciais coercitivos, e levanta-se o dilema acerca da regulamentação das propagandas infantis. Por que o proibido é mais gostoso? Psicanalistas analisam as motivações e o prazer que levam o homem a querer cometer atos ilícitos. Nossos repórteres também vão mostrar por que, na teledramaturgia brasileira, temas como suicídio e incesto ainda são tabus e, assim, costumam ser evitados nas novelas.

E se dissermos que você está proibido de virar a página; vai encarar?



Sumário

A FAVELA SOB O JUGO DA UPP.....	2
"MÃE, ESSE COMERCIAL ESTÁ ME PERSUADINDO!".....	6
SERÁ QUE O PROIBIDO É MESMO MAIS GOSTOSO?.....	12
O PÚBLICO LEVANTA DO SOFÁ E ENTRA NA TELINHA.....	18



ECLÉTICA É UMA REVISTA SEMESTRAL DOS ALUNOS DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PUC-RIO. ESSE NÚMERO FOI PRODUZIDO PELA TURMA DE 2012.2 DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, HABILITAÇÃO EM JORNALISMO, DA DISCIPLINA DE EDIÇÃO EM JORNALISMO IMPRESSO.

DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROF. CESAR ROMERO

COORDENAÇÃO EDITORIAL
PROF. FERNANDO SÁ

PROGRAMAÇÃO VISUAL
PROF. AFFONSO ARAÚJO

ALUNAS EDITORAS
ALICE REIS E LUIZA MUSSNICH

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
RUA MARQUÊS DE S. VICENTE, 225 – ALA KENNEDY
6º ANDAR – GÁVEA – RIO DE JANEIRO – RJ
CEP: 22453-900 – TEL.: (21) 3527-1603

A favela sob o jugo da UPP

Moradores do Santa Marta e da Providência revelam as novas restrições do dia a dia depois da ocupação policial

RAPHAEL DOS SANTOS E RODRIGO BELGA



atural de Campina Grande, na Paraíba, Emerson Cláudio Nascimento dos Santos, 33 anos, é uma das vozes mais atuantes da comunidade Santa Marta, em Botafogo, na Zona Sul do Rio. O autointitulado Rapper Fiell lança este ano seu terceiro CD, *Pedagogia da dominação*, em que pretende traduzir o que vê na realidade ao redor e atingir os inimigos da favela. Ao longo de mais de 15 anos de trabalhos com o movimento Hip Hop, já se voltou contra o tráfico de drogas, mas hoje é um crítico do modelo das Unidades de Polícia Pacificadora.

Primeira a ser ocupada por forças policiais, em 2008, a comunidade Santa Marta, ao mesmo tempo em que se libertou das proibições impostas pelos criminosos, passou a enfrentar outras restrições. Os organizadores de bailes funk, encarados como de apologia ao crime pelos policiais, passaram a lidar com resistências para ter autorização, já que, segundo Fiell, o gênero foi proibido com a implantação da UPP. A censura a festas promovidas pelos moradores, como o *Hip Hop Santa Marta*, organizado pelo músico uma vez por mês, abriu caminho para eventos “de fora para dentro”.

– Todo morador se sente invadido, tem de sair e entrar convidado. Agora, a favela é exótica, e não queremos esse rótulo – desabafa Fiell, para quem o contingente de 120 policiais da UPP da favela “controla a cultura local”.

RODRIGO BELGA



Protagonismo na favela: Fiell criou a “Cartilha da Abordagem Policial”, com situações de atentados aos direitos humanos

No morro da Providência, no Centro do Rio de Janeiro, a praça Américo Brum, espaço de bailes funk até abril de 2010, foi demolida para dar lugar a um plano inclinado quando foi instalada a



Praça Américo Brum: antigo espaço de festas comunitárias na Providência é demolida para a construção de um plano inclinado

sétima UPP do Rio. De acordo com Diego Deus, 23 anos, morador da comunidade desde que nasceu, nenhuma alternativa para a realização das festas comunitárias foi oferecida pelo governo do estado. A família do jovem é uma das que resistem à remoção das casas no entorno da praça.

– A cultura corre o risco de ficar perdida, já que muitos dos antigos moradores viviam ali – acrescentou Diego, que tem a expectativa de que a comunidade atente para essa medida.

Já no Santa Marta, a ameaça de retirada de 150 moradores do pico é ligada às investidas do mercado imobiliário, de acordo com Fiell. Desde o início da formação da comunidade, há 80 anos, a área, cuja vista é uma das mais belas da cidade, nunca teve um episódio de desabamento em virtude de fortes chuvas. No entanto, laudos técnicos da Geo-Rio afirmaram que o terreno é de risco, o que foi rebatido por engenheiros contratados pela Comissão do Pico, a associação das famílias que moram no

alto do morro. A Secretaria Municipal de Obras informou em nota que “não há tecnicamente como executar obras sem a retirada desses domicílios” e que a remoção “está sendo negociada pelo governo estadual”.

– Tentam ludibriar o povo, que não entende fala técnica. A comissão fez um contralaudo e mostrou que com a mesma técnica sai mais barato urbanizar que fazer esse prédio – contou Fiell, referindo-se a rumores de um projeto estrangeiro de um hotel panorâmico no local das construções atuais.

A desconfiança dos moradores em relação aos agentes das UPPs levou o músico a criar, em 2008, a *Cartilha de Abordagem Policial*, que traz por meio de uma linguagem acessível os princípios fundamentais previstos na Constituição de 1988 e as situações possíveis de violações de direitos humanos. Uma semana depois de distribuir mais de 2.000 exemplares, Fiell disse ter sido agredido e preso por desacato durante uma festa na comunidade. No

trajeto até à delegacia, 12 policiais militares ironizaram a cartilha. A acusação contra o *rapper* foi retirada em 2010.

A opressão policial se soma à subida das empresas ao morro. De acordo com Fiell, a vida se tornou muito cara no Santa Marta. Moradores contam que faturas do mês seguinte costumam chegar antes do término do período de consumo e que não há relógios de medição de energia na comunidade.


– O povo vai necessariamente migrar. O salário é o mesmo. A luz pela qual a gente pagava R\$6,00 hoje é R\$100,00 – afirmou o músico.

Na Providência, o fotógrafo e administrador da Casa Amarela (instituição cultural vizinha ao morro) Maurício Hora também relata que o distanciamento em relação ao comando da UPP se mostra na rejeição a moradores que “são taxados de traidores se fazem alianças com policiais”. Em dois anos, a comunidade perdeu 46 pessoas mortas pela polícia, segundo o fotógrafo. Para Maurício, as proibições ainda são veladas, e a comunidade se tornou apática à ocupação.

– A entrada da UPP foi um choque cultural muito grande. Vai de encontro a tudo o que sempre foi permitido anteriormente. Antes, os traficantes faziam o policiamento permitido pelo Estado. Agora as regras são implícitas – revelou.

Para o professor de Mídias Locais Adair Rocha, da PUC-Rio, o “novo papel da polícia” traz o risco de substituir as atribuições de outras áreas de governo, além de precisar fortalecer o diálogo com os moradores. O pós-doutor em Comunicação pela UFRJ acredita que a UPP deve ser aprimorada para evitar reproduzir relações não só de domínio, mas também de “troca de dinheiro”. Autor do livro *Cidade cerzida: a costura da cidadania no Morro Santa Marta* (veja o box), Rocha analisou que as mudanças oriundas de políticas públicas ainda estão num estágio inicial.

– A UPP ainda não tem o protagonismo dos moradores como deveria ter, inclusive já para ajudar a resolver questões que tocam o cotidiano e que facilitariam a vida da própria polícia, de não ficar assumindo papéis que não são seus – ressaltou o professor.

A Secretaria Estadual de Segurança e a concessionária de energia Light não quiseram se pronunciar sobre as denúncias dos moradores. 

Para se aprofundar...

UPP do Santa Marta motiva relançamento do livro *Cidade Cerzida*

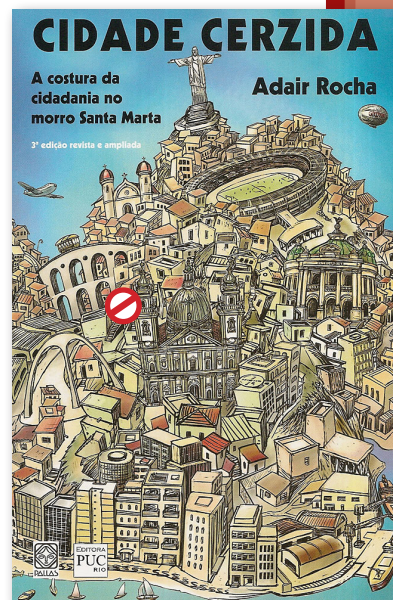
Adair Rocha escreve capítulo inédito com avaliação da primeira ocupação policial do Rio

Festas tradicionais, como a Folia de Reis, e ações comunitárias, como o Grupo Eco, aproximaram Adair Rocha do morro Santa Marta, em Botafogo, onde vive. A frequência na favela levou o professor a dedicar a tese de doutorado à história da comunidade, o que deu origem ao livro *Cidade cerzida*, com a primeira edição publicada em 2000. Com a escolha do Santa Marta para a implantação da primeira UPP, em 2008, Rocha decidiu acrescentar mais um capítulo à obra, relançada em junho de 2012 pela Editora PUC-Rio em parceria com a Editora Pallas.

– Essa nova pergunta sobre se é possível uma outra cultura de segurança parte da minha pesquisa de pós-doutorado. Nesse sentido, foi muito importante porque a conclusão é a de que, para ser política pública, tem que ter o protagonismo dos moradores, e nesse caso a UPP mostra que, seja violência ou qualquer interação conflitiva, essa é uma questão da cidade, e não apenas da favela, inclusive pela repercussão positiva que tem na cidade como um todo e que os próprios meios de comunicação trabalham – afirmou o professor de Mídias Locais da PUC-Rio.

Para fazer jus ao título, Rocha contou que a ideia de *Cidade cerzida* é analisar a junção da favela com o asfalto e retratar as contradições urbanas. O fundador do Núcleo de Comunicação Comunitária da PUC-Rio pretendeu superar a mancha de cidade partida, atribuída ao Rio, e entender as transformações trazidas pelas UPPs.

– Eu quis fazer uma análise da significação mais ampla do processo. Fui pesquisar com o coronel Robson (Rodrigues), que era o primeiro coordenador da implantação das UPPs, moradores que estão vinculados às organizações mais representativas da favela, do grupo Eco, da rádio Santa Marta, da Folia de Reis. Ao mesmo tempo, procurei ter a posição de alguns estudantes de comunicação em função da repercussão midiática da UPP. A favela como tal é uma forma de resolver todo o déficit da estrutura da cidade – completou Rocha.



Pesquisa mostra que falta de comunicação é o principal desafio da UPP

80% dos moradores dos morros do Rio Comprido afirmaram desconhecer formas de entrar em contato com a polícia

"A minha alma tá armada e apontada/ Para cara do sossego/ Pois paz sem voz, paz sem voz/ Não é paz, é medo!" Os versos da canção Minha alma, do grupo O Rappa, lançada em 2000, mantêm-se atuais. Dados de uma pesquisa inédita de avaliação do impacto da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) do morro do Turano, no Rio Comprido, Zona Norte, realizada pela Fundação Cesgranrio, mostram que a maioria dos moradores encontra barreiras para se aproximar dos policiais. De acordo com os resultados da sondagem a 50 moradores, a ocupação das comunidades André Rebouças, Paula Ramos, Vila Santa Alexandrina, Escadaria, Turano e adjacências, em setembro de 2010, não veio acompanhada de ações sociais e de melhoria na comunicação com o poder público. Para 62% dos entrevistados, o contato entre os moradores e os integrantes da UPP ocorre raramente ou nunca. Já 80% dos moradores responderam que conhecem muito pouco ou em parte as formas de entrar em contato com os policiais. Metade dos pesquisados afirmou que a atenção pessoal dada aos moradores pelos membros da UPP se verifica quase sempre ou nunca. Também 50% dos entrevistados disseram ter percebido pouca ou nenhuma presteza dos policiais. O relatório final da pesquisa, concluído em fevereiro de 2012, mostra que a maioria informou que existem dificuldades de comunicação. Os moradores indicaram a instalação de um posto em cada comunidade e a realização de reuniões como ações para aproximar os integrantes da UPP em relação à comunidade (gráfico).

– O contato é muito pouco e feito pela Laura (presidente da Associação de Moradores de Paula Ramos). É preciso que haja uma relação mais aproximada – afirmou um dos entrevistados que preferiu não se identificar.

Outro ponto negativo apontado pela pesquisa é a falta de ações sociais satisfatórias desde a implementação da UPP. 56% dos entrevistados afirmaram que discordam ou concordam parcialmente com melhorias na qualidade de vida a partir da ocupação policial. Já 80% dos moradores revelaram que as atividades culturais e de lazer diminuíram com a presença da polícia. Segundo os pesquisados, os bailes funk, comuns nos tempos de domínio dos traficantes, não foram substituídos por nenhuma outra festa. Apenas 20% dos entrevistados disseram perceber ações que

promovem maior e melhor organização social, preferindo em 44% dos casos o patrulhamento das comunidades como a atividade principal.

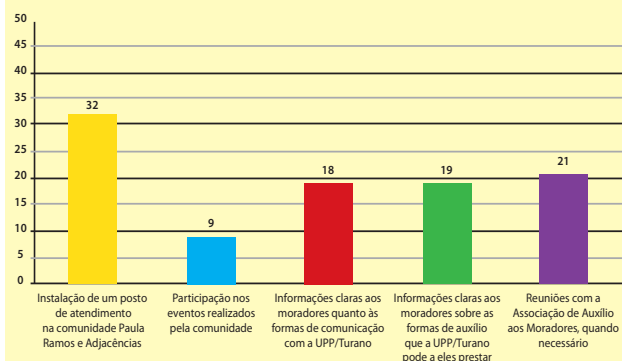
Para 82% dos moradores, as ações desenvolvidas pela UPP do Turano não correspondem no todo ou em parte às expectativas. Quatro em cada 10 entrevistados disseram estar regularmente satisfeitos ou insatisfeitos com a ocupação policial.

– Quando a UPP foi implantada, a gente recebia mais assistência. Agora, diminuiu. Os policiais param os moradores para perguntar o que estão fazendo na rua – contou um morador da comunidade Paula Ramos, que não quis se identificar.

Por outro lado, os números da pesquisa deixam claro que aumentou a sensação de segurança com a presença dos policiais. Dois terços dos entrevistados percebem a chegada da UPP como uma medida excelente ou muito boa. Já 86% se sentem total ou parcialmente mais seguros. Seis em cada 10 moradores afirmaram que passaram a gostar mais de viver na comunidade, graças à presença da UPP do Turano, e 74% se sentem mais livres para circular na região. Alguns entrevistados demonstraram dúvidas quanto à permanência das UPPs depois dos grandes eventos que a cidade vai sediar.

– Quero que continue o trabalho. Todo mundo acha que vai durar só até 2016 – ponderou um morador.

Percepção nos moradores quanto ao desenvolvimento de ações que facilitem maior aproximação entre eles e a UPP/Turano



Fonte: Coope Programas Sociais da Fundação Cesgranrio

“Mãe, esse comercial está me persuadindo!”

Brasil discute aprovação de lei que proíbe a veiculação da publicidade infantil

IGOR RICARDO E ANA MALLET

REPRODUÇÃO CITROËN

Três crianças fazem gestos obscenos para manifestar seu descontentamento por serem transportadas em carrinhos de bebês apertados e desconfortáveis. O anúncio da agência Libra nos primeiros meses de 2000 era para promover um veículo recém-lançado: o Citroën Berlingo. Alguns consumidores ofendidos com a ação publicitária pediram providências ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) sob a alegação de que a peça era “desrespeitosa e contrária à decência, além de atingir moralmente os menores ao submetê-los a cenas em que são expostos a comportamento socialmente condenável”. O Juizado da Infância e da Juventude do Estado do Rio de Janeiro também interveio e pediu a sustação da peça. Dias depois da exibição do comercial, a campanha foi retirada do ar pelo Conar. Este pequeno roteiro revela a polêmica em torno da discussão sobre a proibição da publicidade infantil no Bra-



O famoso “bebê atrevido”: a propaganda do carro Citroën Berlingo foi proibida em 2000

sil, onde parcela da sociedade civil defende a medida e outra condena.

Desde dezembro de 2001, a discussão ganhou força porque o Congresso Nacional passou a apreciar a aprovação do projeto de lei 5.921/01, que prevê a proibição da propaganda voltada às crianças e aos adolescentes. Sob a justificativa de que “a

veiculação deste tipo de matéria se transforma em coação ou chantagem para a compra dos bens anunciados”, o deputado federal Luiz Carlos Hauly (PSDB/PR) apresentou a proposta na Câmara dos Deputados. O parlamentar também se baseou na legislação de outros países, como a Grécia, que proíbem a publicidade destinada



Deputado Luiz Carlos Hauly (PSDB/PR)

ao público infantil. Por causa das opiniões antagônicas que o tema gera, audiências públicas e seminários têm sido organizados pelo Brasil para ouvir representantes das classes afetadas com o possível julgamento favorável ao projeto. A controvérsia de posições, o argumento de que a suspensão dos comerciais infantis seria um atentado à liberdade de expressão, e o forte poder de *lobby* das empresas anunciantes são fatores que contribuem para a demora na aprovação da norma, mesmo após quase 12 anos de debates.

De acordo com pesquisa realizada em 2011 pelo Datafolha para o Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana (<http://alana.org.br/>), 80% dos pais afirmam serem influenciados pelos filhos na hora das compras. Para eles, o maior influenciador dos pedidos são as propagandas, apontadas por 38% dos consumidores. Em seguida, estão os personagens ou filmes e programas de TV. A falta de estrutura emocional e racional das crianças para saber distin-

guir os fatos reais dos ficcionais é a principal justificativa daqueles que apoiam a aprovação do projeto de lei.

A psicóloga e colaboradora de comunicação social do Conselho Regional de Psicologia (CRP) de São Paulo, Sueli Ferreira Schiavo, acredita que a proibição é a maneira mais fácil de acabar com a influência negativa que a publicidade infantil pode exercer. Nessas ocasiões,

é comum haver discussões ásperas ou até mesmo ocorrer algum tipo de violência física entre pais e filhos.

– Eu já vi situações de atritos entre mãe e filho na hora das compras. As crianças podem até se comportar de forma agressiva para conseguir determinado produto. Mas

isso, geralmente, ocorre quando as relações familiares não são boas. A psicóloga ainda apontou que os pais poderiam evitar essas cenas “constrangedoras” se estivessem perto dos filhos no momento em que fosse veiculada a propaganda, já que caberia a eles explicar quais “erros” foram cometidos nas ações de marketing.

A técnica de patologia Ana

“O que a mídia passa para as nossas crianças é que para você ser é preciso ter, e isso está totalmente equivocado”

Ana Paula Rufino, técnica de patologia



O poder de consumo das crianças: até que ponto os filhos influenciam na decisão de compra dos pais? Veja a pesquisa do Instituto Alana em <http://bit.ly/UOH0PB>



A técnica Ana Paula Rufino e os filhos Thiago e Thaissa

Paula Rufino é mãe de um casal: a filha tem 14 anos e o menino, 9. Ela também acredita que o frequente diálogo entre pais e filhos pode ajudar no esclarecimento das crianças em casos como os citados.

– Converso muito com eles, mostrando que a nossa realidade não nos possibilita termos tudo que queremos. Precisamos fazer escolhas, e boas escolhas.

Ana Paula não recorda episódios negativos que tenham ocorrido com seus filhos por causa da publicidade, mas reclama do excesso de consumismo difundido pela mídia e que influencia, principalmente, os menores.

– Como explicar para crianças menos favorecidas que elas não precisam fazer lanche no McDonald's para serem mais felizes? O que a mídia passa para as nossas crianças é que, para você ser, é preciso ter, e isso está totalmente equivocado.

Essa situação também foi abordada em um comercial, lançado em 1992, que promovia a venda de tesouras de personagens da Disney. Nele, garotos

repetem durante 15 segundos a frase: “Eu tenho, você não tem!” O anúncio foi retirado do ar pelo Conar com a fundamentação de que estava divulgando uma implícita inferioridade da criança que não possuía o produto.

A discussão em torno da publicidade dirigida ao público infantil foi assunto numa escola na Zona Sul do Rio, que preferiu não ter o nome divulgado. Natália Ferreira é pedagoga e professora do 2º ano do ensino fundamental I da referida instituição. Ela participou de um projeto no colégio com o objetivo de explicar para as crianças de que forma a mídia poderia ser nociva e como seria possível consumir conscientemente. Um dos resultados dessa iniciativa foi obrigar todos os alunos do estabelecimento de ensino a irem de tênis preto para as aulas evitando o consumismo e a competitividade entre os alunos.



Perigos da publicidade infantil: as crianças não sabem distinguir o real do fantasioso



"Eu tenho, você não tem": veja o vídeo da propaganda em http://www.youtube.com/watch?v=zMFqTzH_dn0

Natália é contra a proibição dos comerciais voltados para os menores por considerar essa medida uma espécie de censura, mas defende uma fiscalização mais rígida dos órgãos reguladores desse mercado. Além disso, a professora crê que as escolas podem e devem ter um papel de conscientização diante do tema.


O mercado da publicidade infantil no exterior

Em outros países já existe legislação rigorosa que regulamenta essa questão, impondo limites e horários para a veiculação de determinados comerciais. Na Inglaterra, por exemplo, a determinação é que a publicidade se dirija aos pais e seja limitada pelo preço do que pode ou não ser anunciado, impedindo a vei-

culação de propaganda de produtos considerados muito caros. A psicóloga Sueli Ferreira Schiavo aprova a medida inglesa por considerar limitado o poder de decisão da criança.

– Ela não tem condição nem estrutura para fazer escolhas; não tem conhecimento para distinguir o certo do errado. Essa publicidade se dirige diretamente a elas. Assim, a criança vê aquilo, acha válido, e passa a ter como verdade.

Em outras nações da Europa, como na Alemanha, crianças não podem apresentar publicidade de produtos sobre os quais elas não teriam conhecimento ou que não seriam do natural interesse delas, como anúncios de instituições bancárias. Em certos lugares, a regulamentação não se restringe à publicidade televisiva, mas

atinge também embalagens que na Suécia devem ser neutras – e proíbe o estímulo ao consumo excessivo de alimentos. 



NATÁLIA FERREIRA

A pedagoga Natália Ferreira, de 27 anos: competitividade causada pela mídia é preocupação dentro das escolas

O que faz o Conar?

Para atender reclamações de pais e outros consumidores, em 1978 foi criado o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, uma entidade privada que atualmente regula o mercado da propaganda no Brasil. Além das denúncias, o Conselho de Ética do Conar – órgão soberano na fiscalização, julgamento e deliberação – se reúne e põe a questão em julgamento, garantindo direito de defesa à parte acusada. Se a denúncia tiver procedência, a entidade recomenda aos veículos de comunicação a suspensão da exibição da peça, ou sugere modificações em seus dizeres ou imagens. O Conar pode ainda advertir o anunciante e a agência responsável pela propaganda. Essas diretrizes foram definidas com a aprovação do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, em 1977.

Mesmo com um número expressivo (mais de sete mil processos éticos abertos desde que foi criado), a ação do Conar é frequentemente criticada pelos defensores de regras mais rígidas para a publicidade. A lisura da instituição também é colocada em xeque, já que seus membros são publicitários que estão ou já estiveram no mercado. De acordo com dados fornecidos pelo Conselho, de 2006 até setembro de 2012, foram movidos 298 processos relativos à publicidade infantil, sendo que 189 resultaram em algum tipo de punição. Baseando-se no Código de Defesa do Consumidor, o Procon também tem aplicado multas contra propagandas tidas como abusivas. Nos últimos cinco anos, foram 18 multas relativas a excessos cometidos pela publicidade infantil. As autuações feitas passam de R\$ 12 milhões. Entre as empresas punidas pelo Procon estão a Grendene, marca



de calçado, e a Mattel, fabricante de brinquedos.

A Constituição brasileira prevê a formação de um Conselho de Comunicação Social (CCS), que deve fazer estudos e dar pareceres sobre qualquer assunto relacionado a este tipo de mercado no país. O atual Conselho foi formado em agosto de 2012 e é constituído de 26 pessoas que representam empresas, profissionais e também a sociedade civil. Eles devem se reunir sempre que o Congresso tiver que discutir e votar projetos da área de comunicação. A aprovação da lei que quer proibir a publicidade infantil passará pelo crivo dessa ordem. Antes de apresentar a proposta da norma, o deputado federal Luiz Carlos Hauly (PSDB/PR) já havia manifestado sua intenção de contar com a opinião do CCS, apesar de ele ainda não existir no ano em que a Câmara dos Deputados passou a apreciar a sugestão do projeto de lei 5.921/01. O Conselho de Comunicação Social brasileiro ficou paralisado durante sete anos. O órgão só foi instituído no país em 1991, mas funcionou efetivamente apenas entre 2002 e 2006, com reuniões mensais.

O direito da criança

A pesar desse debate em torno da proibição ou não da publicidade infantil, o Brasil possui algumas iniciativas que visam proteger o direito dos menores. O Ministério Público Federal, através da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão (PFDC), possui um Grupo de Trabalho (GT) exclusivo para tratar dos assuntos relativos à comunicação social. O GT Comunicação Social promove debates e cria metas de atuação coordenada entre os Procuradores dos Direitos do Cidadão no que se refere à programação televisiva voltada à criança e ao adolescente, com monitoramento da classificação indicativa e de toda a forma de publicidade que afete o desenvolvimento dos direitos relativos à dignidade da pessoa humana. Além disso, existe no país o chamado Estatuto da Criança e do Adolescente, cujos artigos 4º e 5º definem:

– É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária.

– Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais.



A criatividade na liberdade de expressão

A existência do projeto de lei que quer acabar com a publicidade infantil gera opiniões antagônicas na sociedade. Uma parcela defende a ideia, já outra condena. Para o redator da agência DM9Rio, Rodrigo Dorfman, a iniciativa pode estimular a produção de propagandas mais criativas, mas rejeita a tentativa de proibição. Rodrigo ainda lembra que na infância dele as crianças costumavam brincar com um cigarro de chocolate e, nem por isso, virou fumante, quando adulto.



O publicitário Rodrigo Dorfman

Eclética: Há uma exploração excessiva do consumo nas propagandas infantis?

Rodrigo Dorfman: Acredito que o mundo vive uma onda de conservadorismo. E a propaganda é apenas o reflexo disso. Na minha época, tinha o cigarrinho de chocolate da Pan. Toda criança adorava brincar de “fumar” aquele chocolate. Mais politicamente incorreto impossível. Os anos se passaram e, adivinhe, não virei fumante. Aliás, odeio cigarro. O que quero dizer é que acredito mais na educação que as crianças recebem, na escola e em casa, do que em proibir propagandas infantis. Eu não acho que haja uma exploração excessiva do consumo infantil na propaganda. Mas, para aqueles que discordam, sugiro um velho truque: digam “não” aos seus filhos. O “não” educa mais que o “sim”

E: Sendo assim, cabe aos pais regularem o que os filhos assistem?

Rodrigo: Até certa idade, sim. Embora, na prática, esta regulação seja cada vez mais utópica. As crianças de

hoje já nascem conectadas com iPhones, iPads e outros gadgets, onde elas têm acesso a conteúdos que os pais nunca saberão. Lutar contra isso é remar contra a maré da evolução. O ideal ainda é aquela receita que nunca envelhece: acompanhar de perto a educação dos filhos, para formar indivíduos íntegros para o mundo e para a sociedade.

E: A existência de um projeto de lei que visa proibir a propaganda infantil pode ser visto como censura. Mas, também pode ser encarado como estímulo criativo, ou seja, criar anúncios que irão fugir dos apelos tradicionais?

Rodrigo: O estímulo criativo que busca sair do óbvio é sempre bem-vindo na publicidade de qualquer marca. Entretanto, é sempre mais saudável, para o mercado e para a sociedade, quando ele não é resultado de censura e sim, da verdadeira vontade, dos anunciantes e agências, de criar uma comunicação original e de resultados.

“Assunto de gente grande para gente pequena”

A crianças e os adolescentes também viram alvo de órgãos públicos como o Ministério Público Federal. Em 2009, o MPF criou um desenho infantil com o objetivo de explicar temas sérios e complexos, como crimes ambientais, improbidade administrativa e eleições, para esse público. A Turminha do MPF utiliza ilustrações, animações e gráficos em situações, geralmente, engraçadas na tentativa de chamar a atenção dos pequenos. As histórias exibidas no formato de gibi são conduzidas por oito personagens, dos quais dois são adultos que explicam e incentivam as crianças diante das dúvidas surgidas. Diversos perfis de pessoas estão representados no projeto que utiliza a figu-

ra do índio, do negro, do branco e do deficiente visual como protagonistas dos contos.

A iniciativa tem como principal canal de comunicação o site (<http://www.turminha.mpf.gov.br/>), onde é possível encontrar links para cartilhas e íntegra de ações a fim de que os interessados possam encontrar mais detalhes sobre determinados temas. Além do endereço eletrônico, a Turminha do MPF virou desenho animado e curtos episódios são exibidos nas salas de cinemas durante os trailers dos filmes.



Turminha do MPF: iniciativa pública para conscientizar o público infantil

Será que o **proibido** é mesmo mais **gostoso**?

Especialistas analisam as motivações que levam as pessoas a gostar do que é proibido, desvendando o porquê de o ilícito provocar tanto fascínio e medo no homem

ADRIAN SAMSON



No senso comum, o proibido é mais gostoso porque o risco de ser pego produz adrenalina

LUIZA MUSSNICH E MAÍRA FREITAS



comportamento transgressor sempre exerceu fascínio sobre o homem – do mais libertino ao mais puritano –, de modo que, na literatura universal, por exemplo, muitos foram os autores que criaram personagens femininos adúlteros. Imortalizadas por Tolstói, Flaubert, Eça de Queiroz e Machado de Assis, entre tantos outros, expressivas

protagonistas infiéis personificaram a urgência de descumprir as leis sociais em que somos condicionados. Anna Karenina, Emma Bovary, Luiza e Capitu pagaram caro por desafiar os cânones da sociedade do século XIX. As heroínas transviadas tiveram, na morte, seu destino. Sufocadas por seus criadores, censurados ou temerosos da reação da sociedade, essas mulheres foram silenciadas pelo conservadorismo. Suas passagens pela literatura, porém, sinalizaram os sentimentos de desejo e

aventura que desafiaram o sistema social da época. Nos dias de hoje, existem muitas outras proibições frequentemente burladas, a maioria delas por jovens, mas seria impossível dar uma medida estatística da incidência dos atos ilícitos. Mesmo obedecendo à lei, o ser humano vive transgredindo normas sociais e até as próprias regras a que ele se submete. Independentemente de idade ou sexo, contudo, atire a primeira pedra quem nunca fez algo proibido.

“Toda obra de arte é um crime não cometido”. As palavras do sociólogo Theodor Adorno explicitam como a relação entre arte e delito é imprescindível. A arte sempre desafiou a censura e as convenções sociais, políticas e religiosas que regem a vida em comunidade. É a partir da análise de transgressões e tabus que podemos questionar e repensar os valores simbólicos da sociedade. Desafiar o código, infringir normas e desobedecer a convenções morais são um aspecto fundamental do desenvolvimento da cultura e do aprimoramento da arte. É ela que leva à reflexão e se choca contra a ordem estabelecida, viabilizando a reciclagem de ideias e a renovação da estrutura social.

Não é novidade por exemplo, que o *graffiti* é comumente associado a vandalismo, delinquência e jovens de bairros pobres e classes sociais mais desfavorecidas. Alguns jovens *graffiteiros*, no entanto, se empenham, através de diversas estratégias de legitimação, em tentar transmitir uma imagem positiva, construtiva e artística dessa forma de expressão. Samantha, conhecida como Muleca no mundo do *graffiti*, é uma dessas. Ela conta que às vezes faz pinturas em muros sem pedir autorização, além de intervenções em portas de banheiros públicos e lixeiras. Para ela, *graffiti* é uma arte, e não um crime.

– O *graffiti* é uma troca. Gosto de doar minha arte para quem a quer, criando em espaços destinados a *graffiteiros* em eventos. Prefiro pintar em locais onde minha arte é valorizada, mas *graffitar* em locais públicos é uma forma de me expressar e mostrar minha arte, mesmo sabendo que é proibido, conta Muleca.

A psicóloga Julia Borges, baseada em *O mal-estar na civilização*, de Sigmund Freud, acredita que o homem precisa abrir mão de certos desejos para poder viver em sociedade. Segundo ela, se o

Flaubert Madame Bovary

Préface de Maurice Nadeau



O comportamento transgressor sempre foi espelhado na literatura

ego, regulador da vida, é forte, a necessidade de fazer coisas proibidas é menor. Porém, quando os outros dois elementos que compõem a *persona* são instáveis, isso muda.

– Quando o *id* é muito forte, não há mediação entre o que você quer e o que você faz. Esse sujeito é guiado por um desejo desenfreado e sem limites, em busca de seu princípio de prazer. Mas quando essa pulsão é muito anárquica, o superego atua com forte repressão, explica.



As mulheres não tinham representatividade expressiva na sociedade machista do século XVIII



O descumprimento de convenções morais impulsionam certos processos de criação artística

Para Julia, o proibido desafia o superego.

– Numa avaliação clínica, pessoas muito regradas evidenciam um id impotente e latente. Daí a necessidade de controle excessivo por parte do superego. Elas têm medo de sair do controle. É como uma pessoa que resolve não beber por não saber se controlar. Para ela, beber pouco – o equivalente a ter um ego forte – é impossível. Nesse caso, seu id é completamente impulsivo e seu superego, muito repressor, afirma.

Para a nutricionista Patrícia Davidson, a relação entre alimentação, emagrecimento e proibição também estão ligados às três dimensões do sujeito.

– Muitas vezes, quando eu libero um alimento que antes era proibido a um paciente, ele acaba não o consumindo, com medo de não saber usufruir com parcimônia dessa nova “liberdade”, conta.

Já a bulimia exemplifica a ausência de um ego robusto e a força do id e do superego.

– O bulímico é aquele que não consegue ter controle sobre seu hábito alimentar, e por não saber lidar com sua falta de controle, desenvolve mecanismos bem específicos e controladores para revertê-lo, através de vômitos, na

maior parte dos casos, explica Patrícia.

A psicanalista Cristiane Pacheco considera superficial a afirmação de que “o proibido é mais gostoso”. Para ela, somos submetidos, desde que nascemos, às regras impostas pela sociedade. Cristiane acredita que o homem é imbuído de valores relativos ao que é certo e ao que é errado, e defende sua posição baseada na teoria freudiana do recalque:

– Podemos dizer que o *recalque* é uma interdição ancestral e que marca o nosso psiquismo. Esse material recalcado contribui para a formação do inconsciente. O sujeito recalca exatamente ideias, fantasias e lembranças que não se ajustam à imagem que ele tem dele mesmo e do mundo. Ou seja, nós recalamos para tentar esquecer o ato proibido que fizemos, explica.

Segundo a psicanalista, o psiquismo é tão forte que esses pensamentos insistem em retornar, numa tentativa de serem realizados, burlando a barreira que nos impusemos e nossa vontade de esconder aquilo que nos proibimos. Para Cristiane, nossa consciência freia nossos atos, mas eles aparecem sob a forma de atos falhos, sonhos e sintomas.

– Parece-me que nesse jogo de inconsciente/cons-



Distúrbios alimentares estão ligados à relação desregulada entre repressão e desejo

ciente, associados à história de cada um e ao seu momento de vida, os atos proibidos são recorrentes.

A psicanalista e professora da PUC-Rio Madalena Sapucaia não acha possível conferir veracidade ao ditado popular.

– O proibido não é necessariamente mais gostoso, e sim mais culpável. Na vida social, a neurose é a melhor forma de funcionamento do sujeito e também a mais comum. Somos todos neuróticos, e só um neurótico é marcado pela culpa, resultado da realização de um ato ilícito, afirma.

Madalena acredita que a proibição organiza a sociedade ao estabelecer campos de permissão e não permissão.

– Ao realizar o proibido, o adolescente testa sua lei interna e o quanto ele consegue se submeter a ela.

A psicanalista Tereza Nazar afirma que todo sujeito está na posição de desejante e que é no relacionamento com os pais que se estabelece uma série de regras que vão condicionar e limitar esses desejos.

– O desejo é aquilo que você não tem, é a base do sujeito. As leis do código penal são a personificação da lei subjetiva que é instaurada sobre todos nós. No cerne de toda posição de desejo existe uma lei que está sendo transgredida, esclarece.

São os desejos reprimidos que levam o sujeito a transpor condutas sociais e seus próprios limites. Essas restrições, na maioria dos casos, acontecem para que se obtenha a aprovação do olhar do ou-




A traição é uma das poucas proibições burladas por adultos



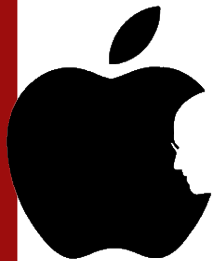
Burlar as proibições é algo que faz parte da adolescência, da necessidade de experimentar e de se posicionar como sujeito no mundo



Realizar uma proibição provoca prazer momentâneo seguido de sentimento de remorso

tro ou aceitação em um determinado grupo. Existem regras para tudo. Com ou sem consciência, todos nós as burlamos por prazer próprio. 

Simbologia da maçã e seu succulento sabor de liberdade



A maçã é o fruto mais antigo do mundo. Consumida desde a época Neolítica, na pré-história, esse símbolo nunca esteve tão atual – representa a Apple, uma das marcas da atualidade que desperta mais desejo e frisson entre os consumidores. Símbolo de poder e conhecimento – diz-se que Merlin ensinava seus discípulos sob uma macieira, mesma árvore debaixo da qual Isaac Newton teria formulado a teoria da gravitação – sua imagem é também indissociável de pecado e tentação. A ideia negativa da fruta se faz presente até no imaginário infantil, no conto de fadas dos Irmãos Grimm – a Branca de Neve –, quando a moça come uma maçã envenenada pela invejosa madrasta e só recobra a consciência com um beijo de seu príncipe encantado.



Na mitologia grega, a fruta aparece como elemento desagregador. Quando a deusa Éris, que não tinha sido convidada para uma festa no Olimpo, envia ao local uma maçã com a inscrição “para a mais bela”. Hera, Afrodite e Atena brigam pelo título, e o mortal Páris fica encarregado de concedê-lo a uma das três. Agradada com o “pomo da discórdia”, como ficou conhecida a maçã, Afrodite prometeu a Páris o amor da mais bela



mortal. A deusa sabia, entretanto, que esta era Helena, casada com o rei de Esparta, Menelau. Para cumprir a promessa, auxiliou Páris no rapto da rainha, o que, segundo a lenda, ocasionou a Guerra de Troia.

Causadora da discórdia, maçã e mal, em latim, são a mesma palavra: malum. Na cultura cristã, o fruto metaforiza a tentação e é a herança do pecado da civilização ocidental. A partir do século XIII, a maçã tornou-se a principal representação de transgressão, por ter causado a expulsão de Adão e Eva do paraíso. A ingestão do fruto possibilitou ao homem atingir o conhecimento através do livre arbítrio.



Glossário

Id ou isso - Sigmund Freud utilizou essa expressão para designar o modelo de referência do eu, simultaneamente substituto do narcisismo perdido da infância e produto da identificação com as figuras parentais e seus substitutos sociais. A noção do ideal do eu é um marco essencial na evolução do pensamento freudiano, desde as reformulações iniciais da primeira tópica até a definição do supereu. No Brasil também se usa “ideal do eu”.

Ego - eu, o indivíduo

Superego - Supereu. O supereu mergulha suas raízes no isso (id) e, de uma maneira implacável, exerce as funções de juiz e sensor em relação ao eu (ego).

Pulsão - Termo surgido na França em 1625, derivado do latim *pulsio*, para designar o ato de impulsionar. Empregado por Freud a partir de 1905, tornou-se um grande conceito da doutrina psicanalítica, definido como a carga energética que se encontra na origem da atividade motora do organismo e do funcionamento psíquico inconsciente do homem. Pode ser entendido como desejo.

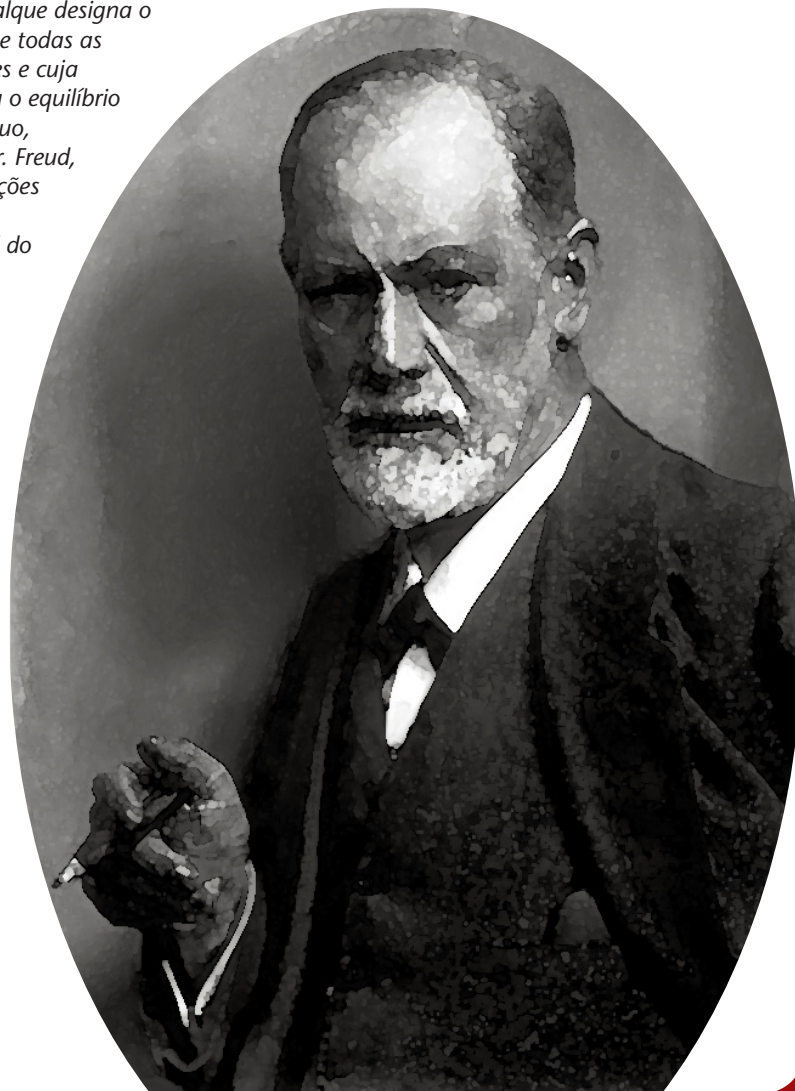
Desejo - Para Freud, essa ideia é empregada no contexto de uma teoria do inconsciente para designar, ao mesmo tempo, a propensão e a realização da propensão. Nesse sentido, o desejo é a realização de um anseio ou voto inconsciente. Satisfação de um anseio inconsciente.

Recalque - Para Sigmund Freud, o recalque designa o processo que visa manter no inconsciente todas as ideias e representações ligadas às pulsões e cuja realização, produtora de prazer, afetaria o equilíbrio do funcionamento psicológico do indivíduo, transformando-se em fonte de desprazer. Freud, que modificou diversas vezes suas definições e seu campo de ação, considera que o recalque é constituído do núcleo original do inconsciente.

Princípio de prazer e Princípio de realidade - Par de expressões introduzidas por Freud em 1911, a fim de designar os dois princípios que regem o funcionamento psíquico. O primeiro tem por objetivo proporcionar prazer e evitar o desprazer, sem entraves nem limites (como o lactente no seio da mãe, por exemplo), e o segundo modifica o primeiro, impondo-lhe as restrições necessárias à adaptação à realidade externa.

Neurose - O termo é empregado por Freud para designar uma doença nervosa cujos sintomas simbolizam um conflito psíquico recalcado, de origem infantil.

Psiquismo - Região no inconsciente onde as memórias reprimidas, principalmente as da infância, ficam armazenadas.





Os personagens Carminha e Max viraram assunto nas redes sociais

O público levanta do **sofá** e entra na **telinha**

As telenovelas são tidas como uma expressão artística na qual o Brasil é autoridade. Mas podemos falar em arte quando o gosto do público restringe a criatividade do autor?

ALICE REIS E CARINA BACELAR



Brasil costuma se gabar por ser dono de uma Hollywood muito particular: a das tele-

novelas. Produzimos e exportamos bandidos e mocinhas para os cinco continentes. Até aqui, nada que escape à lógica da soja ou do suco de laranja. Exceto que se trata de arte, certo?

“Não necessariamente”, é o que defendem muitos especialistas e autores do gênero. Episódios na história dos folhetins nacionais apontam para uma submissão da livre expressão do autor às de-

mandas do mercado, tornando alguns temas proibitivos quando o objetivo é a boa audiência.

– O Teatro é feito para poucos, é segmentado. Já a televisão está ligada a anunciantes, é outro mecanismo. O autor tem que mudar o tratamento que dá a certos assuntos, defende a atriz, produtora e professora da PUC-Rio Vera Novello.

– Quem escreve novelas tem de ter um assunto que o motive, pondera.

Foi o que aconteceu na novela *Torre de Babel* (1998). A obra estreou sob grande expectativa, fugindo do estereótipo de comédia associado ao autor Silvio de Abreu. As tramas sobre homossexualismo, drogas, infidelidade conjugal e violência geraram protestos da Igreja e dos espectadores. Mas o que mais desagradou foi uma amizade, prevista na sinopse original, entre a homossexual Leila (Silvia Pfeiffer) e a personagem de Glória Menezes. De acordo com o autor, em entrevista ao projeto Memória Globo, a imprensa divulgou que as duas teriam um envolvimento amoroso. Para afastar de vez a repercussão, optou por matar Leila na explosão do *shopping* Tropical Towers. A explosão teve serventia semelhante ao famoso terremoto “promovido” por Janete Clair em *Anastácia, a mulher sem destino* (1967): eliminar personagens rejeitados e alavancar o Ibope. Tarcísio Meira, que em *Torre de Babel* interpretou o empresário inescrupuloso César, também não agradou e sofreu com as reviravoltas.

– Criou-se certa confusão no andamento desse personagem.

Houve uma interferência indevida, digamos assim. É muito difícil fazer um personagem e mudar o que ele pensa, mudar o que você começou, desabafou Silvio de Abreu ao Memória Globo.

Se o homossexualismo e a quebra de estereótipos de certos atores chocavam o público no final dos anos 1990, nem sempre foram essas circunstâncias as maiores geradoras de polêmicas. A história nos ensina que cada época tem seus tabus. Se hoje Vera Novello aposta que uma trama discutindo o preconceito racial “sempre seria bem aceita, já que hoje o racismo não tem voz na sociedade”, no passado não era assim. Na primeira versão de *Pecado Capital* (1975), de Janete Clair, a ideia original era que o personagem Percival (Milton Gonçalves), um psiquiatra negro e bem sucedido, mantivesse um romance interracial com Vitória (Theresa Amayo), filha mais velha do rico Salvião (Lima Duarte). Na história, Percival chegou a se mudar para o prédio de Vitória e se aproximar dela, mas os telespectadores não reagiram bem, e o relacionamento não vingou.

Mas não há como precisar a reação do público. A colunista do jornal O Globo e crítica de telenovelas Patrícia Kogut explica que um dos termômetros é a existência de grupos de discussão. Geralmente dominados por donas de casa, com representantes de todas as classes sociais, são convocados em torno do 30º capítulo para que os executivos da emissora quantifiquem os erros e acertos. Outra forma de perceber o que querem os telespectadores

é por meio da CAT, a Central de Atendimento ao Telespectador, acionada por telefone. Sempre se ouve falar dela quando a emissora faz listas dos artigos mais pedidos, as unhas mais cobiçadas entre as atrizes, etc.

Com as redes sociais, também é fácil de ver o que está ou não na *timeline* dos espectadores. Muitos autores têm Twitter, como Aguinaldo Silva e Glória Perez. Mas enquanto ela faz uma linha mais tranquila e prefere publicar notícias e mensagens para amigos, Aguinaldo é mais polêmico, e enfrenta os comentários ácidos, de famosos a anônimos, dando respostas ainda mais ácidas: “Audiência de *Avenida Brasil* ontem: 35. FOM FOM!”, alfinetou, comparando com o Ibope de estreia da sua *Fina Estampa*, que registrou 41 pontos. Ainda assim, a novela de João Emanuel Carneiro alcançou até 42, durante a temporada.

Na briga pela audiência, os mínimos detalhes são levados em conta. Nem sempre o que o público rejeita é um protagonista ou uma história pela qual o autor envereda. Em *Brilhante* (1981), o que causou protestos e desaprovação, inclusive do compositor da música de abertura, Tom Jobim, foram os cabelos curtos e encaracolados da protagonista Luiza (Vera Fisher), uma designer de joias. Para amenizar o impacto, a produção fez da marca registrada da heroína lencinhos amarrados ao pescoço. Deu certo.

– Os lencinhos da Luiza viraram moda na época, lembra a professora da PUC-Rio e pesquisadora do núcleo de dramaturgia



Deborah Secco fez a moça que tentava a vida nos EUA

da Rede Globo Carla Siqueira.

Em outros casos, as reformulações gerais que tentam consertar tramas com o Ibope fraco incluem até as vinhetas de abertura. Foi assim no início da novela *América* (2005). Além de história de amor entre os protagonistas Sol (Deborah Secco) e Tião (Murilo Benício) não ter convencido de cara, a abertura foi considerada “lenta e triste” demais. A original, com a canção *Órfãos do sonho* na voz de Milton Nascimento, passou a ser cantada por Marcus Viana em segunda versão. Não foi o suficiente: a vinheta final, com

Soy Loco por tí América interpretada por Ivete Sangalo tinha também outro projeto visual, que explorava o contraste entre os tons metalizados do logo da novela, e paisagens, com preferência para as de céu azul.

A própria Glória Perez, autora de *América*, é conhecida por mudar a trama de seus protagonistas de acordo com o apelo popular: Sol ficaria com Tião, mas a história dos dois não atraía simpatia e era considerada dramática demais. Por isso, seu final feliz foi ao lado de Ed, o americano interpretado por Caco Ciocler. Já em *Caminho das*

Índias, o destino de Maya (Juliana Paes) foi parar nas mãos de Raj (Rodrigo Lomardi), que cativou o público. O par romântico inicial de Maya era Bahuan (Márcio Garcia), cuja atuação foi bastante criticada. A autora, uma das que assumidamente mais levam a sério a máxima de que “toda novela é uma obra aberta”, lembra que, no início da carreira, sofreu com a desconfiança da Rede Globo. “A sinopse de *Barriga de Aluguel* causou polêmica. Tiveram medo, ela ficou seis anos engavetada, sob a acusação de ser ficção científica, lembrou em entrevista ao livro *Autores – Histórias da Teledramaturgia* (Editora Globo).

O episódio foi uma das motivações para que Glória fosse trabalhar na Rede Manchete, a convite de José Wilker, então diretor geral da emissora.

Medo da voz do povo

A relação entre a telenovela e o público passa inevitavelmente por intermediários: os atores. São também eles que lidam, no dia a dia, com mudanças de roteiro nas tramas e até na própria personalidade de quem interpretam. Na visão de Vera Novello, as novelas não são o lugar certo se o ator quer liberdade quase irrestrita.

– Muitas vezes os próprios atores escolhem seus papéis no teatro, mas na TV eles são escolhidos, diz a especialista. A sensação de liberdade e de crescimento profissional é maior nos palcos, completa.

Outro problema, aponta Vera,

é a de sofrer reações extremadas do público.

– Na TV, perdemos o controle disso. É comum pensarmos até em ameaças físicas. O ator tem que se proteger, observa.

Talvez esse tenha sido o medo da atriz Regina Duarte durante a novela *Por Amor* (1997). Ela interpretava Helena, mãe que decide trocar a identidade do neto, natimorto, pela do próprio filho recém-nascido. Tudo pela felicidade da filha Eduarda (Gabriela Duarte). O autor, Manoel Carlos, recorda que Regina hesitou em gravar a cena da troca dos bebês por temer a má recepção dos espectadores, ainda que a passagem estivesse prevista na sinopse original:

– No dia da cena, ela me ligou achando que a gente não deveria gravar.

A atriz negou ter dado tal declaração ao autor. Mas vale lembrar que ela já recusou o papel de protagonista em *Senhora do destino* (2004) e quase desistiu de interpretar a lendária viúva Porcina de *Roque Santeiro* (1985) também por medo da repercussão das anti-heroínas.

O proibido é relativo

O autor Manoel Carlos admite que, no passado, já foi barrado pela opinião dos espectadores em seus planos originais. Em *Baila Comigo* (1981), não matou o personagem de Fernando Torres, como previra na sinopse, por pressão do público, e, em *Sol de verão* (1982), desfez o romance entre os personagens de Tony Ramos e Carla Camuratti. Mas hoje ele analisa que alguns temas ainda, a princípio, são proibitivos. “O público não aceita bem



Regina e Gabriela Duarte interpretaram mãe e filha também na novela

o incesto e o suicídio. Mas isso é relativo. “Mesmo nesses casos, tudo depende de como são apresentados na história”, salienta.

Patrícia Kogut concorda que o relacionamento amoroso intra-familiar ainda é polêmico, e, se fosse autora de uma trama, não bateria nessa tecla. Mas Vera Novello pondera:

– Depende da abordagem. Em *Mandala* (1987), por exemplo, os nomes deixavam clara a associação com o mito de Édipo, que filho e mãe mantêm um namoro.

Por outro lado, ela não incluiria temas como a legalização das drogas e da pena de morte em uma trama de sua autoria.

O público tem sempre razão

Apesar da infindável discussão sobre a liberdade dos artistas versus a audiência e seus desígnios, para alguns autores o público é a força motriz da teledramaturgia. Eles seriam não pensadores retrógrados, mas os verdadeiros especialistas em separar o joio do trigo nos folhetins.

– Eles conhecem todos os códigos que nós usamos, sabem quem deve casar com quem e quem deve se divorciar de quem. Eles têm uma relação muito íntima com enredo. Isso nos ajuda. Dou muita importância à opinião do público, admite Manoel Carlos.

Faz coro com Maneco o estudante de cinema Evandro Lima Rodrigues, que sonha em ser autor de novelas e já tem quatro sinopses pré-elaboradas. Ele crê que o fracasso de uma trama deve-se ao autor, nunca ao “conservadorismo” do público.


– O que funciona ou não é o texto, não o público. *As filhas da mãe* (2001), por exemplo, tinha um elenco de primeira, com Fernanda Montenegro, Andreia Beltrão, Claudia Raia. Mas o público não gostou do enredo e mostrou no Ibope, teoriza.

Muitas vezes, novelas campeãs de audiência colecionam reclamações do público.

– A gente ensina às crianças que não devemos trair nem beber; de repente, na novela, um homem tem três mulheres, o outro é alcoólatra”, queixa-se Heloísa Souza, mãe de dois meninos na faixa dos vinte anos, sobre a novela *Avenida Brasil* (2012). Apesar de não gostar da abordagem, Heloísa é ávida espectadora da história.

Para Vera Novello, as verdadeiras obras de arte da teledramaturgia arrebatam o público, sem deixar espaço para julgamentos moralistas.

– Já tivemos na TV exemplos de novelas geniais, que ultrapassaram a barreira da vocação comercial. *Roque Santeiro*, *Saramandaia* e, mais recentemente, *Avenida Brasil* são algumas delas.

Unanimidade é caso raro. Ainda assim, Vera defende que a afinidade à primeira vista é o caminho mais seguro para que o relacionamento entre trama e telespectador dure os oito meses de produção. 

Quando a realidade intervém na ficção

América (2005)

A trama de Glória Perez narrava a saga de Sol (Deborah Secco), mocinha sonhadora prestes a recomeçar a vida nos Estados Unidos. Nos primeiros capítulos, a audiência ficou aquém do que se esperava da sucessora da popular *Senhora do destino*. A abertura inicial de *América* foi considerada lenta e pessimista demais. A canção Órfãos do sonho mudou de intérprete: de Milton Nascimento passou à voz de Marcus Viana. Também ganhou coloração sépia e mais flocos de neve no globo que continha as cenas da trama. Não adiantou. A segunda mudança foi radical: foi descartada a alusão ao globo com neve e trabalhou-se com imagens refletidas na própria logo da novela. A música foi trocada por *Soy Loco* por Tí América cantada por Ivete Sangalo.

Veja a abertura na internet:

http://www.youtube.com/watch?v=gxuxV7Hqw_s&feature=player_embedded



O dono do mundo (1991)

– O vilão Felipe (Antônio Fagundes) é um médico cirurgião que aposta que levará a futura esposa virgem de um de seus funcionários, Walter (Tadeu Aguiar), para a cama antes do próprio noivo. Ele cumpre o objetivo e se envolve com a mocinha Márcia (Malu Mader), em plena lua de mel com Wal-

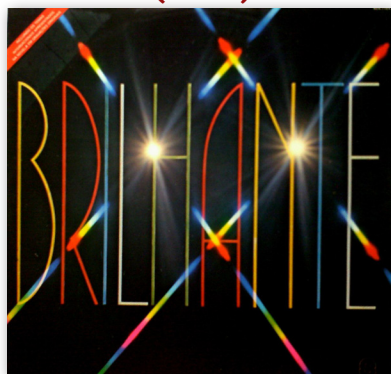
ter O público passou a rejeitar a protagonista pela facilidade com que cedeu às investidas de Felipe, contraditório para uma personagem que era universitária e vivia em plenos anos 1990. O autor Gilberto Braga admite também, em depoimento ao *Memória Globo*, ter pesado a mão na crítica social. A solução foi a entrada de Sílvia de Abreu no roteiro, que mexeu no perfil de alguns personagens e deu relevo a tramas secundárias.

O salvador da pátria (1989)

Uma crítica aos vícios políticos do país, a trama conta a como o matuto Sassá Mutema (Lima Duarte) passa a ser apadrinhado por poderosos da cidade de Tangará para concorrer à prefeitura, todos com a certeza de que vão manipulá-lo. É o que justamente não acontece: Mutema vence, mas rompe com os antigos aliados. A novela originalmente terminaria com o matuto conquistando a presidência da república, mas, por conta do pleito de 1989, o autor Lauro César Muniz mudou de planos, pressionados por partidos políticos que identificavam no personagem a figura de Luiz Inácio Lula da Silva, candidato naquele ano



Brilhante (1983)



A vítima foram os cabelos curtos e frisados da protagonista Luiza (Vera Fisher), uma designer de jóias na trama. Até Tom Jobim, autor da música de

abertura da novela, protestou contra o visual da atriz. A solução da equipe da novela foi tentar amenizar o impacto do corte de cabelos de Vera agregando lenços amarrados ao seu pescoço. Além de virarem marca registrada da personagem, os acessórios entraram para a moda entre as telespectadoras.



O grito (1976)

Ambientada em São Paulo, a novela de Jorge Andrade narrava o dia a dia do Edifício Paraíso, cuja planta é alterada para a construção do Minhocão. O Edifício passa a abrigar moradores de diferentes classes sociais, todos indiferentes aos dramas alheios. O público encarou o enredo como uma crítica à capital paulistana. O autor rebateu, e afirmou que sua intenção era mostrar a cidade como ela é: "dura, fechada e fria". O caso terminou no Congresso, onde o deputado Aurélio Campos atacou o que supunha ser a distorção da imagem da cidade.



Pecado capital (1975)

A autora Janete Clair tentou emplacar uma crítica ao preconceito racial com o personagem Percival (Milton Gonçalves), um psiquiatra negro culto e bem-sucedido. Mas o efeito não foi o esperado: o envolvimento amoroso com Vitória (Theresa Amayo), filha do industrial Salviano Lisboa (Lima Duarte), foi rejeitado pelo público e não emplacou.