

Huck, Ferréz, Mônica e o que importa no Brasil

A semana do feriado da padroeira do Brasil, Nossa Senhora de Aparecida, não foi lá muito santa, para dizer o mínimo. Começou com uma polêmica entre o apresentador Luciano Huck e o rapper Ferréz sobre a violência nas metrópoles e terminou com a beldade Mônica Veloso na *Playboy*, para deleite dos senadores (e, pasmem, uma senadora) flagrados em plenário acessando o ensaio da morena em seus computadores portáteis. Os dois episódios são emblemáticos do atual momento brasileiro.

No primeiro caso, trata-se de uma discussão iniciada por um talentoso apresentador da TV Globo que, após ser vítima de um assalto em que perdeu um Rolex, resolveu escrever um artigo para um grande jornal expressando a sua indignação. O mais interessante no artigo, porém, não foi a indignação do articulista, mas o seu tom ensimesmado — “Luciano Huck foi assassinado. Manchete do *Journal Nacional*”, assim começa o texto do modesto apresentador. Na segunda-feira (8), o mesmo jornal abriu espaço para Ferréz trazer a “versão” (ficcional, é bom deixar claro), do “correria” que levou o relógio de Huck. “A hora estava se aproximando, tinha um braço aliviado. Se perguntava como alguém pode usar no braço algo que dá pra comprar várias casas na sua quebrada. (...) No final das contas, todos saíram ganhando, o assaltado ficou com o que tinha de mais valioso, que é sua vida, e o correria ficou com o relógio.”

Sobre Mônica Veloso, não é preciso explicar muito: finalmente chegou às bancas a esperada edição da *Playboy* com a ex-namorada de Renan Calheiros do jeito que veio ao mundo. Claro que Brasília inteira foi conferir os atributos da moça.

Asoma dos dois episódios revela que há algo meio doentio em uma sociedade que valoriza a exposição pública de atos moralmente duvidosos. Huck perdeu a chance de ficar quieto e chorar seu Rolex ao seu amigo José Serra; Ferréz fez uma defesa simpática porém demagógica do assaltante. E de Mônica Veloso pode-se dizer que, no Brasil, toda nudez será premiada. Não é pouca coisa...

LUIZ ANTONIO MAGALHÃES



CARLOS MESSA

O autor é psicólogo e vice-presidente da Ação Ciência e Saúde Social

Presentes de pais

Presentes de filhos

Por um longo período, o presente típico de uma criança é um desenho. Não é apenas o seu único, mas o melhor recurso para ter algo de seu para oferecer para alguém e provar suas qualidades. Junto com o presente, vêm agregados seu interesse, sua busca, sua dedicação, seu trabalho, suas qualidades e seu afeto.

A criança se propõe, se prepara, reúne o material necessário, decide (cria) o que vai produzir e coloca a mão na massa: desenha, pinta (atividade inteligente, com iniciativa, organização e realização), para presentear o pai. Isso pode ocorrer em um momento de lembrança ou uma tentativa de reconciliação por uma “bronca”, algo que ela guardou como tendo feito de errado.

Desenha e mostra para a mãe, diz que vai dar para o pai, deixa em um lugar fácil de ser encontrado e espera a chegada do presenteado. Vamos supor que o pai tenha tido um dia ruim, trânsito péssimo, está cansado e doído para relaxar. Pensa num drinque e em folhear o jornal que não pode ver o dia todo. Nesse momento a criança chega e estende o braço, segurando o desenho na mão diz: — “Para você”.

O mais comum é que o pai não responda de forma adequada. Pode receber, abraçar (raro), sorrir e dizer: “Obrigado”. É pouco e isso se deve a uma freqüente incompetência mas-

culina para a empatia. Perde, dessa forma, uma excelente oportunidade de fortalecer seu vínculo com a criança e fortalecer o vínculo dessa criança com o que lhe é externo. Menos mal se a criança tem um bom vínculo com a mãe. O que vem ocorrendo com o que podemos chamar de “filhos do século XXI”, é que há um vácuo nos alicerces de sua formação. A família mudou significativamente: o poder não é mais do “chefe” da família e sim compartilhado; a mãe não tem dedicação exclusiva à criança; a família praticamente se reduziu ao casal e filho(s); as crianças têm horários, deveres e muitas atividades não físicas; o “brincar” dos pais (mãe) com os filhos se rarefazem.

As crianças continuam, apesar das mudanças sociais, a precisar de um modelo consistente ao qual se vincular, sem o que seu desenvolvimento emocional fica comprometido. Esse quadro demanda um novo modelo de como criar os filhos. Temos agido como os pais do século passado para os quais a “natureza” é quem orienta o desenvolvimento da criança; de “moderno” oferecemos uma “boa” escola e um bom plano de saúde. Isso não é suficiente já que a formação se dá através de um vínculo emocional significativo entre a criança e um adulto. A qualidade desse vínculo é que define o “como” essa criança será quando adulta.

Cartas

Dia da Criança

PATRÍCIA VASCONCELLOS - *«Na última semana tive o prazer de relembrar os bons momentos de minha infância ao ler a matéria sobre a coleção da Barbie. No auge de meus 31 anos de idade, realizei uma viagem ao passado, quando brincava com minhas bonecas e, sinceramente, sonhava com aquele mundo da boneca Barbie. Para ser sincera, atualmente, sempre que me deparo com uma boneca dessas me encanto. É inevitável!»*

CARLOS ROMANEZZO - *«Aproveitar as boas dicas apresentadas na edição do Shopping News, da última semana, e aproveitar o feriado com meus filhos. Gostaria de deixar à equipe e a este jornal os parabéns, pois a edição deste jornal sabe como atender ao público leitor. Sou morador do bairro de Moema, e confesso que no condomínio onde moro todos gostaram de acompanhar os bons temas publicados.»*

Compras

ROBERTA AVOGLIOE - *«Como leitora deste jornal, posso afirmar que o mesmo possui uma boa cobertura quando o assunto em questão são compras. Ao contrário de muitas obras, apresenta sugestivas oportunidades de produtos que atendem à necessidade de todos. Parabéns e gostaria de sugerir uma matéria sobre lojas que oferecem artigos esportivos para golfe.»*

Acontece

CARLA PERONDI - *«As vésperas de meu casamento, a ser realizado no início do mês de dezembro, achei muito interessante a matéria sobre a “Expo Noivas & Festas.” Estive presente no evento e me surpreendi com as boas opções oferecidas pelo lugar. Continuem dando boas dicas de eventos como este, que além de reunir um ótimo nível de expositores, também dá de suma importância, pelo menos para um faixa de público.»*

RAFAELA MAIA - *«Sou moradora do bairro do Itaim Bibi e agradeço pela gentileza desta edição abrir espaço para citação de nosso evento, que celebra o aniversário deste bairro paulistano.»*

Críticas, dicas e sugestões podem ser enviadas para o e-mail: shoppingnews@dcicom.br

Shopping News

PANORAMA DIÁRIO COMERCIAL E PUBLICIDADE LTDA.

Conselho Diretor
ANTONIO CARLOS RIOS CORRAL
MARCO ANTONIO BIASI
NOBUO YAMAMOTO
GETULIO BITTENCOURT [Jornalista]

Responsável

Diretoria
Diretor Superintendente
ANTONIO CARLOS RIOS CORRAL

Redação
Diretor de Redação
GETULIO BITTENCOURT
Editora Chefe
MÁRCIA RAPOSO
Secretário de Redação
YVES LÉON WINANDY
Editores
DAVI BRANDÃO (TEXTO),
WAGNER GUELLER (ARTE)
Subeditores
ARMANDO JUNIOR (ARTE)

Departamento Comercial

Diretor Comercial
ROBERTO LOBERTO | rloberto@dcicom.br

Publicidade
Para anunciar: (11) 5095-5300/5301 de 2ª a 6ª, das 8 às 19 horas.
e-mail: publicidade@dcicom.br

Atendimento ao Assinante (SAA)
Diretor de Mercado Leitor
NIDO MEIRELES | nidomeireles@dcicom.br

Central de Atendimento ao Leitor
Dúvidas, Sugestões ou reclamações: São Paulo e Grande SP: (11) 5094 5200
Demais Localidades: 0800 77 03 324
e-mail: atendimento@dcicom.br
Horário: de segunda a sexta-feira, das

8:00 às 18:00 horas

Redação
Telefone (11) 5095-5200
Fax (11) 5095-5308
e-mail: shoppingnews@dcicom.br
R. Bacaetava, 191, 1º Andar, Brooklin, São Paulo, SP CEP 04705-010
Telefone (11) 5095-5200

Impressão
Taiga | Gráfica e Editora Ltda.

«É vetada a reprodução parcial ou integral do conteúdo deste jornal, a não ser com a autorização expressa do Diretor de Redação»