

R\$ 6,50

A MODERNA REVISTA SEMANAL DE INFORMAÇÃO

ÉPOCA

R\$ 6,50 N° 335
18 outubro 2004

www.epoca.com.br

CÉLULAS TRONCO
ESPERANÇA!

CÉLULAS DA VIDA

HERBERT VIANNA
Ele é o porta-voz dos
pacientes que podem
ser beneficiados



NESTA EDIÇÃO

PERSPECTIVAS

Como os embriões podem gerar tratamentos para males cardíacos, paralisia, diabetes, câncer e Alzheimer

PESQUISAS

Em que estágio estão os estudos sobre cada doença

CONGRESSO

Quem é a favor e quem se opõe. E os argumentos de cada lado



EDITORA
GLOBO

Restaurando corpos

Médico brasileiro afirma em reality show que cirurgião plástico é misto de psiquiatra e artista

CLÉBER EDUARDO

Há uma onda de reality show de cirurgia plástica na TV a cabo. Do brasileiro *Beleza Comprada* ao hard-core *Extreme Make Over*, todos seguem variações da mesma receita. Mostram a motivação do paciente, suas inseguranças, trechos da cirurgia, o calvário da cicatrização, um ou outro problema de percurso e o sabor de vitória ao final. A mudança no visual exibida nos programas pode tanto ser correção de defeitos explícitos como apenas a retirada de sinais do tempo ou a remodelagem de uma característica ausente nos manuais de beleza.

A intervenção cirúrgica é celebrada nesses casos como instrumento da Ciência para buscar a felicidade. "É um tiro no próprio pé, porque não temos como atender às promessas de perfeição feitas por esses programas ou resolver a vida das pessoas", afirma Sergio Carreirão, diretor da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, que considera exibicionistas os "shows doctors" e vê com apreensão a lógica do marketing e do espetáculo na atividade.

Em *Dr 90210*, que estreia neste domingo, 17, no canal pago E (às 20 ho-

ras), sempre com reprise à segundas-feiras (às 22 horas), a questão volta à tela. O herói e astro é brasileiro. Ele atende pelo nome de doutor Robert Rey. Atua como mestre-de-cerimônias de um tour pelos bastidores de sua vida pessoal e profissional para mostrar como dá duro no trabalho.

Rey vende a imagem como a de um brasileiro beneficiado pelo sonho americano. Até os 12 anos, morava modestamente em São Paulo, no bairro da Lapa. Levado para os Estados Unidos por missionários mórmons, formou-se em Medicina em Harvard e, disposto a ser um dos tops da cirurgia plástica, abriu uma clínica em Beverly Hills, Los Angeles, região com a maior concentração de bisturis por quarteirão, reflexo da demanda de candidatos a celebridade em Hollywood. Em uma das vinhetas do programa, Rey ensina que, por aquelas bandas, ser belo é uma religião.

Ele afirma que a inspiração, acima de tudo, foi *Nip/Tuck* (atração da Fox), mas por oposição. Se um dos doutores da série ficcional é um playboy cheio de gula pelas mulheres, com problemas de ética e ar de que tudo é curtidão, em *Dr 90210* o cirurgião é um batalhador. Embora tudo seja explicitamente encena-



Archie Thompson/ABC

do, com uma dramaturgia da realidade buscada na edição, o programa vende-se como documentário fiel.

A meta está em entronizar o cirurgião como um herói dos tempos atuais, necessário para a auto-estima das pessoas ("Somos psiquiatras com bisturis"). O protagonista trabalha como camêlo, tem problemas no casamento por causa da dedicação a sua atividade: levar vídeos de cirurgias para ver à noite na cama. Também são mostradas, apesar de fora de foco, imagens de cicatrizes, feridas, pontos, corpos abertos, como pede o cardápio carnívoro do gênero. Desejo pelas pacientes? Ele garante: "Já vi 10 mil mulheres nuas. Sempre é apenas uma a mais".



TENDÊNCIA

Rey diz que peitos estão crescendo



PADRÃO DE BELEZA FEMININA DA MODA



A INSPIRAÇÃO E O ASTRO

A série ficcional *Nip/Tuck*, na qual há um cirurgião playboy, antiético e mulherengo, motivou o doutor Robert Rey a mostrar que os profissionais dão duro

Sua popularidade é grande. O programa é transmitido em 120 países e conta com público potencial de 330 milhões de espectadores. Sempre com Deus na ponta da língua, Rey crê ser um artista a serviço do Senhor. "Ele nos deu a Ciência para fazer nossa experiência um pouco melhor, para tomar mais leve a cruz dada para a gente carregar", vibra. Por seu raciocínio pouco cirúrgico, jura que conserta os erros divinos com o talento dado por Ele.

O padrão de beleza perseguido é aquele encontrado em revistas de moda e nas medidas científicas de distância entre partes dos corpos. Sua enciclopédia estética está nos modelos da revista *Vogue*. "Tento copiar aquelas belezas", assume. O referencial é europeu. "Fazemos todos parecer escandinavos, é uma exigência dos clientes." Dentro da homogeneidade de referências, há ondas e modas. A barriga enxuta de Britney Spears, por exemplo, causou febre pelo "abdome tábuas". As nádegas de Jennifer Lopez motivaram demanda por bumbuns avantajados.

Já o protótipo de rosto feminino da moda é Cindy Crawford, com mandíbulas masculinizadas, mas harmônicas. Mulher bonita, para ser "in", tem de parecer homem bonito, com nádegas de atleta. Os seios tendem a ser cada vez mais fartos. Rey tem consciência de que, na soma da cirurgia com a mídia, criou-se a dependência da beleza. "Inventamos um problema. Fizemos uma beleza tão perfeita que todas as pessoas também querem. Isso explica a loucura pelos programas de reality show." ■

TV entra no celular

Operadoras negociam transmissões de programas para telefones móveis até 2005

Os celulares estão prestes a se transformar em aparelhos de TV portáteis. As principais operadoras do país já negociam com as emissoras televisivas e, até o fim do ano, começam as transmissões em tempo real para as telinhas. As telas não vão se limitar a retransmitir o conteúdo das redes de televisão. A TV Rio já faz TV na internet e prepara programas específicos para celulares. No pacote, estão previstas atrações de cultura, entretenimento e para o público feminino. No início do mês, a emissora testou a programação e o resultado foi considerado ótimo. A Rede Globo também tem projeto para esse segmento.

Para o diretor-geral da TV Rio, Fernando Guisard, a linguagem usada para celulares terá de ser diferente da de TV. "Estamos aprendendo, é uma mídia nova. A tela do celular é pequena e não comporta a mesma linha da televisão. Os programas vão ter muito close e não podem ter muita movimentação de câmera", prevê.

Os principais chamarizes, porém, são os produtos de TV. A TIM já negocia com MTV, Band e Bloomberg. "O celular vai

complementar a televisão. Será uma alternativa para quem não puder ver em casa seu programa favorito na hora em que está sendo veiculado. Não temos a ilusão de que alguém vá preferir uma telinha daquele tamanho do que a de sua TV, por menor que ela seja", diz Vincenzo Di Giorgio, gerente de desenvolvimento de produtos de valor agregado da operadora. A TIM oferece o serviço desde novembro na Itália.

Na Vivo, é possível assistir à programação da BandNews, em vídeos de 30 segundos, mas não em tempo real. A operadora também oferece programas jornalísticos do portal Terra, além de horóscopo em vídeo. O usuário precisa baixar o arquivo para seu celular. "Estamos testando uma nova tecnologia que vai tornar a velocidade de transmissão maior do que a hoje conseguida com a internet de banda larga. Hoje ela é usada na Coreia, onde já se assiste até mesmo a um capítulo de novela no celular", diz André Mafra, gerente de conteúdo da Vivo. ■

NELITO FERNANDES



PIONEIRO Guisard prepara programas exclusivos para exibição nas telas de celulares