

Magret com molho e sal de guérande

Tempere o magret (sem ossos) com 1\2 xícara de licor, pimenta, cebola. Reserve por 2 horas”. Assim começa receita de um dos pratos da última página da revista Caras de 2 de novembro de 2001. O semanário traz, como manchete de capa, “O casamento de Carla Perez e Xandy” com a fotografia do casal e de dois dos padrinhos: o apresentador Gugu e a cantora Vanessa Camargo. Numa posição secundária, no alto da capa, é anunciado o casamento do humorista Chico Anísio. Na parte inferior, ao lado da promoção do “faqueiro do castelo”, é anunciada a lua-de-mel na Itália de Caio Blat e Ana.

São três casamentos, três episódios marcados pela felicidade. Assim é a marca da Caras: um mundo feliz, encantado, adequadamente marcado pela existência um castelo para onde vão os convidados da revista e de lá dão depoimentos que provam a existência da magia do mundo encantado da Caras.

Esse mundo nos diz, semanalmente, que a felicidade existe, que o mar é azul ou verde, a depender da parte do mundo fotografada. Jovens, velhos, homens e mulheres são felizes. Provam isso, entre outras coisas, as visitas às casas de artistas, dos ricos, os produtos anunciados, os sorrisos estampados em todas as páginas e até as receitas da culinária da Caras.

Nesse mundo, em princípio não há lugar para problemas, a não ser aquelas inquietantes dificuldades sofrida pelos desencontros amorosos ou os abalos que atingem a fortificação do castelo, quando, por

exemplo, um dos seus habitantes virtuais é seqüestrado, mas, de um modo geral, a Caras porta um conjunto de boas notícias.

Mas também a Caras tem oferecido espaço às mazelas do mundo real, a partir de uma modo de fazer é muito especial. Trata-se de uma receita que pode ser combinada com magret com molho e sal de guérande. A revista noticia a generosidade de suas fontes, de seus “hóspedes”, ou das estruturas nas quais esses amigos da Caras estão inseridos. É assim que o semanário realiza a inserção das causas sociais: destacando benfeitores, noticiando eventos que visam minorar alguns problemas sociais.

Nesse número, cuja capa é “dedicada a matrimônios”, a Caras se une às “estrelas que desfilaram para a escola do futuro”, afirmando: *apesar de estar com as agendas de trabalho superlotadas, atrizes, cantoras, socialites e modelos profissionais participaram, na noite de quarta-feira, 24, de desfile beneficente da griffe da estilista Mônica Moura (44) e das jóias de Rosana Chinche ...*

A revista colhe o depoimento da cantora **Vanessa Camargo**: *acho ótimo ajudar. Qualquer ação para mudar alguma coisa socialmente, eu estou dentro*. Depois da declaração da cantora, a publicação noticia que a mesma “*acaba de lançar o seu segundo CD*”.

No mesmo número a Caras traz uma matéria com a manchete: *artistas aderem à causa do Teleton, em São Paulo*. Em seu subtítulo, a notícia já indica um nome forte, entre os generosos: *maratona liderada por*

Sílvio Santos arrecada 10 milhões para crianças deficientes da AACD.

Mais uma vez é apresentado um grande número de artistas famosos, com fotografias e falas, a exemplo de Hebe Camargo que afirmou: *é maravilhoso poder ajudar*. Já o cantor Daniel, de acordo com o texto da Caras, disse: *ações beneficentes fazem parte da minha proposta de vida*. Enquanto o apresentador Ratinho comentou: *vale a pena estar perto dessas crianças e ver os olhinhos brilhando*.

Em outra matéria, sempre repleta de sorrisos e alegrias, típicos do mundo Caras, é noticiada a visita da apresentadora Angélica a crianças internas no hospital do câncer em São Paulo: *Angélica leva alegria a crianças com câncer*. O subtítulo ilustra a condição de protagonista atribuída à personagem midiática: *a apresentadora tem tarde repleta de emoção e surpresas durante visita a hospital, em SP*.

Em todas as matérias as questões sociais aparecem como pano de fundo, uma espécie de cenário no qual são evidenciadas as marcas dos benfeitores. Assim é noticiada a solidariedade e não propriamente os problemas sociais. Esta opção permite conceber soluções baseadas numa espécie de

sensibilidade a determinadas causas. Tal escolha facilita a promoção dos que encontram espaço, em suas agendas lotadas, para colaborar com aqueles que vivem dramas humanos e são reconhecidos socialmente como dignos de atenção.

Em geral, essas iniciativas validam, ulteriormente seus promotores, agregando valores aos mesmos. Não é o caso de combatê-las, porém é importante recordar o caráter de troca existente nessa ação. E este caráter é realizado através da publicização dos feitos. Assim, a revista Caras realiza uma operação não pouco relevante, que permite associar organizações e personalidades a causas sociais, casando graves problemas com grandes marcas ou nomes.

É conveniente lembrar que a solução, indiretamente indicada na revista, passa ao largo de ideais de cidadania, especialmente no que se refere à concepção de políticas públicas capazes de fazer realçar a alegria e bem-estar do habitante do mundo sem Caras, aquele que não terá acesso ao desejo de saborear magret com molho e sal de guérande e que gostaria de ter a certeza do emprego, da saúde, da segurança, da educação, do lazer, conforme prevê a nossa Constituição.