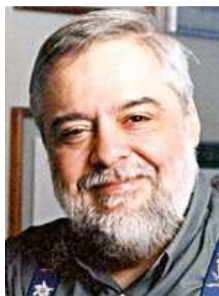


## PREFÁCIO DE “CINEMA, PUBLICIDADE, INTERFACES”



### **Se eu tivesse lido este livro antes...**

(ou um prefácio entusiástico)

**por Lula Vieira**

O livro de Rogério Covaleski tem como tema o Cinema e a Publicidade. Nasceu de uma dissertação de mestrado, e depois de cumprir seu papel acadêmico ganhou complementações várias, pela quantidade imensa de informações que podem ser oferecidas a partir deste fio condutor.

A grande maioria das dissertações de fim de curso repousa para sempre nos arquivos das universidades e nas prateleiras das bibliotecas pessoais, em tiragens de algumas poucas unidades nunca lidas, jamais consultadas e perfeitamente inúteis. A quantidade destes trabalhos que se transformou em livros é diminuta. Que não nos lamentemos por isso, até por razões ambientais. Poupou-se papel e conseqüentemente, muitas árvores.

Quando Rogério, por motivos que desconheço, me pediu para escrever um prefácio para seu livro, além da lisonja da qual raramente consigo me libertar, tive o leve receio de que estava entrando numa fria, obrigado a ler um cartapácio escrito da maneira empolada que é natural neste tipo de obra. Aceitei imaginando a possibilidade de ler na diagonal, anotando uns trechos aqui e ali, para poder elogiar sem grande sentimento de culpa. Burla? Não muita, já que, se poucos leem esse tipo de livro, menor ainda é a quantidade de quem se detém em prefácios. O risco, portanto é mínimo. Ficamos todos contentes, e a vida segue.

Pois, caríssimo e eventual leitor destas palavras iniciais, deste “discurso ou advertência, ordinariamente breve, que antecede uma obra escrita”, como o define mestre Aurélio, me vi completamente envolvido por um livro muito bem escrito, fundamentado, de leitura fácil e agradável, além de instigante – extremamente instigante. Rogério conduz o leitor para uma reflexão enriquecedora sobre o tema proposto, mas vai além. Oferece copiosas informações e elementos altamente esclarecedores sobre a linguagem da publicidade e sobre métodos de criação. Tornou-se obra indispensável para quem trabalha em publicidade e mais ainda, para quem pretende conhecer um pouco mais das teorias sobre seu ofício – base fundamental para uma prática consistente.

Atrasei a entrega destas linhas por algumas semanas, o que deve ter causado enorme desconforto. Mas como explicar que estava em dificuldades de fazer um prefácio? Normalmente o prefaciador é uma autoridade no assunto retratado e, se não for, é bom fingir que é, até para não desmoralizar o autor. Não fica bem mostrar que não teve prestígio para conseguir um apresentador de qualidade. E eu não encontrava maneiras de produzir um anteâmbulo à altura.

Decidi por fazer um comentário simples, como quem faz uma recomendação a um amigo ou aluno. Abandonei qualquer veleidade de acrescentar mais informações a um texto que me parece suficientemente dotado delas.

Para terminar, explico o título deste prefácio “Se eu tivesse lido este livro antes...”. Foi um sentimento que me assomou algumas vezes enquanto aprendia com ele. Lembrei-me de discussões que tive com colegas, alunos ou clientes sobre alguns pontos de vista que eu intuía acertados mas que não tive a sorte, no momento, de dispor de validação consistente. Se eu tivesse lido esse livro antes, poderia utilizar as muitas ideias que ele oferece.

Este é um livro para se ler e manter permanentemente à mão. Tem pensamentos suficientes para recheiar de sabedoria qualquer planejamento de publicidade, indo de Aristóteles aos criadores da novíssima geração de publicitários.

Para chegar às conclusões finais de sua obra, Covaleski aborda temas afins como elementos do discurso cinematográfico, noções de estética e montagem, até chegar às relações intertextuais entre cinema e publicidade televisual. Mas, mesmo à guisa de introdução, como simples explanação sobre as bases que sustentam as suas conclusões, é um dos mais didáticos e ilustrativos textos sobre linguagem cinematográfica que já li. Normalmente os teóricos do cinema são insuportavelmente chatos quando falam ou escrevem. Como é comum nos críticos, mais se exibem do que elucidam. Não é o caso.

Agora chega de apresentação. Vamos ao que interessa. Bom proveito!

**Lula Vieira**, Rio de Janeiro, 12 de Abril de 2009.