

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

- 
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30

TIPO DE  
 VEICULO: Colunas  
 VEICULO: O ARTISTA E O CONSUMO  
 COLUNISTA: MO: Superintendente  
 PÁG: MISTÉRIOS DO EXECUTIVO  
 DATA: 01/01/1976

O ARTISTA E O CONSUMO: SURGE EM GENA O MISTERIOSO EXECUTIVO DA ARTE

por Paulo Coelho

REPÓRTER

COPY DESK.

Hora de ent. ao Secretário

Hora de Entrega à Oficina

OBS.:

1 O aparecimento de pessoas relacionadas com  
2 a arte sem serem, no entanto, eles mesmos artistas, vem se tornando  
3 uma realidade cada vez mais papável em nosso setor cultural, já qu  
4 hoje em dia todo artista necessita de uma veiculação comercial. Não  
5 existe mais lugar para o "hobby" de criar; a criação hoje em dia é  
6 parte necessária e fundamental da florescente Indústria do Lazer,  
7 que se propõe a preencher as lacunas de tempo vago de ~~uma~~ uma  
8 sociedade cuja produção infraestrutural está cada vez mais mecani-  
9 zada. Nos países desenvolvidos, a Indústria do Lazer tem movimenta-  
10 do capitais enormes, com investimentos principalmente na área do  
11 cinema, da música e da literatura. Para dar um exemplo, a McGraw-  
12 Hill Book Company, uma editora norte-americana, faturou apenas  
13 no ano passado ao redor de 400 milhões de dólares; empresas como  
14 a Gulf & Western, General Electric, Westinghouse e Xerox estão  
15 dedicando boa parte de seus capitais à produção de filmes e progra-  
16 mas de TV, dado o alto índice de lucratividade destas indústrias.

16 No Brasil, apesar da Indústria do Lazer não  
17 haver atingido um ponto razoável de crescimento, já existe uma certa  
18 infra-estrutura, principalmente nos campos da música e do cinema,  
19 capaz de mobilizar recursos consideráveis. O faturamento de uma  
20 gravadora de discos, hoje em dia, é quase igual ao de uma empresa  
21 de engenharia de porte médio, apesar de toda a ~~essa~~ crescente ati-  
22 vidade da construção civil. Entretanto, nas áreas da literatura,  
23 ballet, artes plásticas, e teatro, onde as perspectivas comerciais  
24 ainda não são muito grandes, os artistas tem que lutar com uma ~~série~~  
25 série de dificuldades para sobreviver.

25 Surgindo como elemento de ligação entre a o  
26 ato de criar e o consumo, começam a aparecer os "executivos da arte."  
27 "Os executivos são geralmente pessoas bem intencionadas, que tenta-  
28 ram fazer a parte criativa da arte e não conseguiram. Entretanto,  
29 o meio artístico tem um apelo tão forte que, uma vez passado por  
30 ele, é impossível deixá-lo," declara o psicólogo André Reis. "Não  
compartilham do ato de criar, nem sempre a arte é um bom negócio,

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

1 mas ali estão eles, sempre presentes, investindo o que poderiam inves-  
2 tir em atividades mais rendosas no imponderável, e quase sempre im-  
3 previsível universo artístico", conclui André.

4 Antônio Cândido, artista plástico com vários tra-  
5 balhos premiados no exterior, explica: "Nós não podemos pensar em  
6 números. Aceitamos a relação industrial com nossa arte porque preci-  
7 samos sobreviver e porque, como dizia Salvador Dalí, a arte deve re-  
8 fletir o mundo, e nunca o artista. Acontece que, com o tempo neces-  
9 sário para a criação, não dispomos de um bom treinamento em ne-  
10 gócios. Não dá a presença indispensável do executivo, em meu caso  
11 do marchand, que irá comercializar minha arte."

12 Belchior, cantor e compositor, autor de vários  
13 sucessos como "Bapaz Latino-Americano" e "Como Nossos Pais", gravado  
14 por Elis Regina, não aceita a idéia de que o artista é incapaz de  
15 ser também um bom homem de negócios:

16 - Acredito que dia a dia se desenvolve  
17 aquilo que chamamos de artista industrial. O preconceito do artista  
18 de hoje com seu envolvimento financeiro é o mesmo que os copistas  
19 da idade média devem ter tido com relação à imprensa. Estes copistas  
20 devem ter queimado em praça pública o retrato de Guttemberg, e dito:  
21 "Imprensa não é arte, é pura massificação, não ~~possui~~ a capaci-  
22 de de desenhar perfeitamente cada letra." O mesmo deve ter acontecido  
23 com relação aos pintores figurativistas quando foi inventada a foto-  
24 grafia. Mas acontece que os copistas sumiram, e a imprensa hoje em  
25 dia é o único processo viável para o ato de escrever. Os preconcei-  
26 tos, portanto, são frutos de cada época. E pobre do artista que não  
27 consegue entender o que está passando a sua volta, principalmente  
28 a necessidade de uma arte cada vez mais industrializada.

29 "É puro mito a idéia de que o artista não  
30 consegue se envolver com o dinheiro", explica o cantor Fábio Jr. "O  
que acontece é que existem mecanismos paralelos que nem sempre estão  
sob o nosso controle, e, conseqüentemente, necessitamos de mais al-  
guém para nos ajudar, assim como uma empresa não pode viver tendo

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

OBS.:

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

1 como único empregado o seu presidente. Existe um homem para cada  
2 função. E o mesmo deve acontecer no universo artístico."

A LITERATURA

3  
4 - Nós necessitamos de um executivo, entretanto o  
5 executivo não precisa de nós - declara Roberto Klerr, 29 anos,  
6 autor de 5 romances inéditos. - Na realidade, seria até condescenden-  
7 te dizer que ninguém se interessa por autor novo: o que não interes-  
8 sa é autor brasileiro. Se as editoras publicam alguns, é porque pre-  
9 cisam de prestígio; o grande faturamento, e consequentemente, o gran-  
10 de interesse, provém dos autores estrangeiros.

11 Para Roberto Klerr, o executivo da literatura  
12 tem apenas uma visão comercial, nunca uma visão cultural. Isto deu  
13 origem a que diversos autores procurassem editar suas obras por si  
14 mesmos, formando a chamada "geração mimeógrafo" : os livros eram  
15 dactilografados em stencil, copiados, e vendidos em feiras culturais,  
16 exposições, portas de teatro.

17 - A grande imprensa deu apoio ao nosso tra-  
18 balho, divulgou o que a gente fazia, mas o resultado da geração  
19 mimeógrafo tem sido mais negativo que positivo - explica Roberto  
20 Kleer. - O autor novo termina se viciando numa linguagem marginal,  
21 sem comprometimentos com a cultura vigente, e a arte vai desaparecen-  
do pouco a pouco.

22 Lucio Rangel, que financiou muitos traba-  
23 lhos de autores da "geração mimeógrafo", declara:

24 - Qualquer editor, no Brasil, é um idealis-  
ta.

25 Esta é a mesma opinião de Álvaro Pacheco,  
26 diretor da Editora Artanova: " Um editor empresarial não tem muito  
27 campo no Brasil, já que não existe o hábito da leitura, e onde o livro  
28 por seu preço e por sua própria condição, é considerado um artigo  
29 supérfluo."  
30

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

OBS.:

1 ta não estão em contradição: "Rubem Fonseca e T.S. Elliot, para ci-  
 2 tar exemplos, são pessoas que ~~essa~~ conseguem perfeitamente unir uma  
 3 coisa a outra." Marcos Medeiros, das Edições Alpha, frisa que é pre-  
 4 ciso levar em conta o investimento que é feito no campo da literatu-  
 5 ra:

6 - A literatura não depende apenas da von-  
 7 tade de uma pessoa escrever um livro - declara Marcos Medeiros. - O  
 8 produto final tem que passar por um ~~longo~~ longo processo de  
 9 produção, e o capital investido tem que retornar, para que se possa  
 10 dar continuidade a uma editora: esta ~~uma~~ é uma realidade, tão defi-  
 11 nitiva quanto dois mais dois são quatro. Não há mais tempo para ro-  
 12 mantismos, hoje em dia ninguém joga dinheiro fora. Entretanto, para  
 13 o ~~o~~ autor brasileiro, cheio de intelectualismo, escrever um best-  
 14 seller é como um sacrilégio. Literatura comercial é uma expressão  
 15 que faz arrepiar os cabelos dos puristas. O resultado é que o autor  
 16 brasileiro - com exceções - não vende seu trabalho, limita a amplia-  
 17 ção do próprio mercado, e torna as coisas mais difíceis para ele mes-  
 18 mo. Tenho reparado na literatura dos "novos" que o que está na moda  
 19 agora é tentar ser Guimarães Rosa, sem o talento do escritor mineiro.  
 20 Recebo diariamente originais com palavras inventadas, sem pontuação,  
 21 expressões difíceis, apuro vernacular. O autor novo quer chamar  
 22 mais a atenção pela sua originalidade que pela sua capacidade de co-  
 23 munição: não importa que o livro não venda, pois ele tem um argu-  
 24 mento fortíssimo para isto, afirmando que o mundo não o compreende.  
 25 Assim, seu ego está satisfeito, e ele pode dormir tranquilo.

26 - Não há possibilidade de vendagem num  
 27 livro onde o herói não se chame Calahan ou Micck, e onde o autor  
 28 não se assine Conrad Conroy. Porque quando o leitor vê um livro  
 29 ambientado no Brasil sente tédio - declara Eduardo Gomes, autor  
 30 de cinco livros até hoje sistematicamente rejeitados pelas editoras.  
 - O leitor brasileiro quer emoções novas, países novos para conhecer,  
 e não ficar constatando a realidade que o cerca. As peripécias da  
 máfia são sempre a priori mais interessantes que a vida de Lúcio Flá-

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

OBS.:

1 vio Lírio.

2 Para Eduardo Gomes, o contacto com o exe-  
3 cutivo da arte, no caso, o editor, se faz sempre de uma forma humi-  
4 lhante para o autor: " a gente mete os originais debaixo do braço,  
5 e vai pedir. Não existe o executivo principal, que seria o agente  
6 literário, aquele que serve como empresário e entra em contacto com  
7 o processo comercial. Já li numa revista que existia UM agente li-  
8 terário no Brasil, que não ganhava dinheiro nenhum com o que fazia:  
9 depois, nunca mais ouvix falar disto, o que significa dizer que a  
10 profissão morreu antes mesmo de ter nascido."

11 O Cinema

12 O cinema é talvez a arte que mobiliza  
13 mais dinheiro, e a que depende mais da tecnologia: depois que o  
14 ator representa diante da câmara o que está escrito no texto, o  
15 resto do processo criativo estará definitivamente ligado ao proces-  
16 so tecnológico: montagem, gravação das vozes, mixagem, cópias e  
17 distribuição. Carlos Guimarães de Matos Jr., ex-presidente do Ins-  
18 tituto Nacional de Cinema, e atual diretor da CIC - Cinema Interna-  
19 tional Corporation, explica a posição de um executivo na indústria  
20 cinematográfica:

21 - A grande preocupação de uma produtora de filmes  
22 é conseguir conciliar arte e investimento, já que ela mobiliza no  
23 má mínimo Cr\$ 1.000.000,00 em filmes de porte médio. Entretanto, é  
24 impossível uma total frieza do produtor diante das idéias do rotei-  
25 rista ou do diretor: a gente sempre termina se envolvendo, de uma  
26 forma ou de outra, já que estamos lidando com artistas e não com  
27 salsichas enlatadas.

28 Para Carlos Guimarães, o envolvimento  
29 começa na medida em que o produtor, de uma forma geral, tem acesso  
30 à escolha do diretor, e voto decisivo na formação do elenco que  
estrelará o filme.

- Esta é minha forma de dar vazão à veia

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

OBS.:

1 artística que existe dentro de mim - explicou Carlos Guimarães. - O  
 2 relacionamento com a parte artística é fascinante e enriquecedor.  
 3 Todos sabem exatamente o setor em que devem atuar, e não invadem  
 4 campos alheios. Talvez, de todas as artes, o artista de cinema é o  
 5 que hoje em dia tem mais consciência do seu preço, o que evita es-  
 6 peculações e explorações. Entretanto, para separar bem ~~apropriada~~  
 7 ~~precisa~~ o meu envolvimento emocional é preciso um esforço sobre-  
 8 humano, já que não se lida com arte sem emoção. O que é preciso dei-  
 9 xar claro, porém, é que filme é uma arte, mas cinema é uma in-  
 10 dústria.

#### 11 ~~Artes~~ Artes Plásticas

12 - ~~Até~~ O artista plástico precisa saber escolher  
 13 se ele vai entrar no consumo ou entrar para dentro de si mesmo. No  
 14 segundo caso, nem quero o menor contacto - declara Samuel Leite,  
 15 marchand de várias ~~R~~ galerias. - O papel de um executivo de artes  
 16 plásticas não é tão difícil assim, já que a oferta é muitas vezes  
 17 superior à procura. Você tem possibilidades ~~de~~ de escolher o que  
 18 realmente interessa, o que é vendável, e o que tem valor artístico.  
 19 Mas o que está acontecendo com as artes plásticas é verdadeiramente  
 20 lastimável: alguns artistas, na tentativa de aparecer, lançam-se a  
 21 aventuras sensacionalistas que nada tem a ver com pesquisa. Fotogra-  
 22 fam rolos de papel higiênico, espalham trouxas de lixo pela cidade,  
 23 são contra toda e ~~qualquer~~ qualquer iniciativa de exposição, e  
 24 depois reclamam que estão sendo rejeitados.

25 Para o pintor Antonio Cêlio, as galerias  
 26 e os marchands "são uma verdadeira panela de conceitos pré-estabe-  
 27 lecidos a respeito do que é e do que não é arte, como se alguém pu-  
 28 desse julgar isto nos dias de hoje. Acontece que para eles só tem  
 29 valor o que é artificialmente valorizado pelos leilões ou pelas  
 30 pessoas que controlam o movimento do mercado artístico."

- O artista é sempre julgado em ~~função~~ fun-  
 ção da sua capacidade de se comunicar facilmente, nunca em função de

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

OBS.:

1 sua obra - explica Antonio Cêlio. - Não estou nem querendo julgar a  
2 posição totalmente irreal das pessoas que se negam a participar de  
3 exposições e concorrer a prêmios: este tipo de preconceito só existe  
4 mesmo na área das artes plásticas, e tem apenas contribuído para evi-  
5 tar a divulgação desta. Na literatura, por exemplo, não existe isto:  
6 vemos contistas renomados participar de qualquer concurso de contos  
7 que apareça. E o resultado é que existe uma dinâmica, uma condição  
8 de participar mais ativamente. Mas deixando os idealismos de lado,  
9 o artista plástico que quer sobreviver de sua arte depende do execu-  
10 tivo simpatizar ou não com o trabalho dele. O Roberto de Souza, por  
11 exemplo, é apadrinhado pelo leiloeiro Ernani, e o resultado é que seus  
12 quadros crescem de valor no mercado. Agora, se alguém quiser vender  
13 um quadro de Roberto de Souza, não vai conseguir tão bom preço.

14 Heloísa Lustosa, diretora do Museu de Arte  
15 Moderna do Rio de Janeiro, a segunda mulher a ocupar este cargo, tam-  
16 bém questiona o mecanismo dos leilões: " num leilão voce compra ge-  
17 ralmente um artista vivo, que ainda está fazendo o mesmo tipo de tra-  
18 balho, quando voce poderia comprar a mesma pintura muito mais barata  
19 se fosse no atelier deste mesmo artista."

20 Quanto às dificuldades do artista plástico  
21 divulgar sua obra, Heloísa Lustosa fala a respeito:

22 - Mostramos no MAM tudo aquilo que consi-  
23 deramos válido. Geralmente as galerias não aceitam o chamado "tra-  
24 balho experimental", e o Museu de Arte Moderna é o único que tem  
25 patrocinado exposições deste tipo. Acontece que nós temos uma série  
26 de limitações, desde o espaço físico até o orçamento. A exposição não  
27 é fonte de renda do MAM: raramente nós vendemos um quadro.

28 Para Nisette, da Galeria Bonino, na rua  
29 Barata Ribeiro, é indispensável que o artista tenha uma boa galeria a-  
30 trás se quiser vencer.

- Eu escolhi este emprego porque eu gosto:  
vender, quadros, participar do lado executivo da arte. Os preços são  
sempre estabelecidos de acordo com o artista, e a partir dali nosso



REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

1 trabalho será o de vender o máximo possível. Claro que eu não posso  
2 vender uma coisa que eu não gosto; portanto, o meu envolvimento com  
3 a arte se faz completamente necessário.

#### 4 O Teatro

5 A maioria dos artistas de teatro são unânimes em  
6 afirmar que hoje em dia é necessário ser seu próprio executivo, seu  
7 próprio empresário, seu próprio produtor, senão as chances de tra-  
8 balhar serão quase nulas.

9 - Nunca existiu o agente teatral, figura  
10 indispensável para que o ator tivesse condições de escolher seu  
11 trabalho. Mesmo que existisse, acho que as opções não seriam muitas  
12 - declara José Henrique, estudante de teatro. - Forma-se mais mão-  
13 de-obra especializada que a capacidade do mercado de absorver esta  
14 mão de obra. A todo instante atores famosos montam cursinhos: o  
15 Jaime Barcellos, por exemplo, depois de algumas bem sucedidas apa-  
16 rições na TV, já tem seu cursinho montado, criando ilusões em mais  
17 pessoas que depois não vão saber o que fazer. E isto tudo com a boa  
18 cobertura de uma revista de penetração ~~massa~~ indiscutível.

19 Luis Antonio Lemos, também estudante de  
20 teatro, fala que os executivos estão se afastando cada vez mais  
21 rapidamente da arte dramática:

22 - Investir dinheiro em teatro é uma expe-  
23 riência que quase todos já passaram, mas que não repetem pela segun-  
24 da vez. O teatro - exceto as companhias com medalhões ou os inves-  
25 timentos rigidamente comerciais - vive das primeiras experiências de  
26 produtores. Não existe uma classe empresarial bem ~~marcada~~ definida,  
27 assim como não existe uma classe de atores bem definida: qualquer pes-  
28 soa que sente uma tendência para a ~~exibicionista~~ extravagância resolve di-  
29 zer que faz teatro. O mercado da TV já está saturado e não existe  
30 empenho de produtores em investir mais dinheiro numa arte tão ins-  
tável como a arte dramática. Resultado prático: ou o artista inves-  
te em si mesmo, assumindo a sobrecarga do executivo, ou então terá

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

1 uma chance em cem de conseguir sobreviver de sua arte.

2 Flávio Bruno, produtor da peça "O Cordão  
3 Encarnado" e preparando a produção da nova peça de Chico Buarque  
4 de Holanda, fala a respeito do seu papel de executivo:

5 - Grande parte dos atores vê o executivo  
6 de ~~trat~~ teatro como um explorador, um ganancioso. O ~~espikakakak~~  
7 homem de dinheiro geralmente não chega perto do teatro: prefere  
8 utilizar seu capital no cinema, porque o teatro tem raras chances  
9 de ser uma atividade lucrativa. Eu me considero um idealista da  
10 arte, por isso continuo insistindo em teatro, já que as casas de  
11 espetáculo são poucas, existe uma série de compromissos fixos a  
12 pagar, e não existe qualquer previsão de mercado quanto a ~~uma~~ ren-  
13 tabilidade do investimento.

14 x No teatro, além do produtor, existe  
15 outra ~~ex~~ espécie de executivo: o administrador, que geralmente não  
16 investe capital, mas apenas seu conhecimento dos mecanismos burocrá-  
17 ticos de produção de uma peça. O Administrador, ~~palcofakkaokak~~  
18 pelas condições precárias, também exerce a função de divulgador,  
19 ou seja, a pessoa encarregada de manter contacto com os meios de  
20 comunicação para promover uma peça. Ruth E Antunes, 34 anos, é  
21 uma administradora e divulgadora de peças teatrais; trabalha por  
22 empreitada, cada vez para uma companhia. Fala a respeito do seu tra-  
23 balho:

24 - Geralmente o divulgador ou o administra-  
25 dor são atores frustrados, que não conseguiram se afirmar no palco  
26 ou que não tiveram grande chance. A vivência do meio, entretanto,  
27 possibilitou uma nova experiência dentro do teatro, desta vez na  
28 parte executiva. Eu sou uma destas pessoas; entretanto, sempre quan-  
29 do estou divulgando uma peça, promovendo ~~uma~~ os outros, sempre penso  
30 que podia estar fazendo isto em meu benefício. Só que agora é tarde:  
já fiz a escolha.

REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

A Música

Dentre os executivos mais famosos estão aqueles que controlam a vida econômica dos cantores, talvez a única espécie de artista no Brasil a ter seu empresário. Entretanto, por ironia, talvez seja a classe que menos necessite de um agente, já que o trabalho de um disco é feito pelo próprio artista, e os contactos de shows necessitam apenas um contacto telefônico. Um empresário musical cobra por aproximadamente 25 % de todos os rendimentos do cantor, incluindo os direitos de intérprete -- no qual não tem a menor participação efetiva -- e os direitos de composição. Edgar Romeu, um bem-sucedido empresário de cantores para a chamada classe C, fala a respeito do seu trabalho:

-- A música é uma indústria que, ao contrário do cinema, requer pouco investimento e, quando é sucesso, traz muito dinheiro; conseqüentemente, já começa a competir com os produtos de consumo dentro de uma faixa industrial média. Paralelo a isto, a escalada de um cantor para o sucesso é sempre marcada por grandes parcalços: quando é desconhecido, come o pão que o diabo amassou, mas a partir do momento em que transforma-se em sucesso, não sabe o que fazer com o dinheiro. É aí que entra o papel do executivo: não só gerir o dinheiro ganho, como ampliar a capacidade do artista ganhar dinheiro.

Segundo Edgar Romeu, o fato de culpar a sociedade por artistas morrerem na miséria não tem o menor fundamento: "Antigamente, quando um cantor morria pobre, nós dizíamos que não tinha tido recompensa financeira do seu trabalho. Hoje em dia, com os mecanismos de arrecadação ganhando um certo funcionamento, o cantor continua tendo a tendência a dispersar o dinheiro. Existem casos como o de uma famosa cantora que quando vai a praia consegue gastar Cr\$500,00 em sorvetes, ou do artista de rock que comprou no mes passado tres carros sem saber dirigir. Um conhecido compositor-cantor ~~comprou~~ comprou um terreno num loteamento e construiu sua casa no terreno do ~~vizinho~~ vizinho. O ~~Romeu~~ Romeu dito de que um ar-



REPÓRTER

Hora de ent. ao Secretário

COPY DESK.

Hora de Entrega à Oficina

1 vida, até que chegou a conclusão de que "pintura é algo muito  
2 sério para ser apenas um hobby"; Edgar Romeu foi cantor de  
3 circo; Flávio Bruno trabalhou em teatro amador e se considera um  
4 ator frustrado.

5 Também todos são unânimes em afirmar que ,  
6 apesar de nem todo o meio artístico ser comercialmente interessan-  
7 te, existe um trabalho e uma satisfação neste trabalho que o di-  
8 nheiro não pode pagar.

9 - Sem a iniciativa dos executivos - de-  
10 clara Edgar Romeu - nunca se conseguiria quebrar determinadas  
11 barreiras. Porque existem etapas definidas numa obra de arte: a  
12 criação e a comunicação. Na primeira o artista está sózinho, com  
13 suas angústias e alegrias, agonia e êxtase. Mas esta fase não  
14 teria sentido se sua arte fosse apenas um reflexo de si mesmo:  
15 para isto, bastava se olhar no espelho e se conseguir um reflexo  
16 muito mais perfeito.