



A CORRIDA AO OSCAR

Mesmo sem ter saído sequer a relação oficial dos indicados ao Oscar relativo ao ano de 76, Hollywood está vivendo intensamente a expectativa da premiação e os favoritos já começam a surgir para os prêmios de melhor interpretação. Para o melhor ator, fala-se muito em Dustin Hoffman por *Maratona da Morte*, Robert Redford em *Todos os Homens do Presidente*, Robert De Niro em *Taxi Driver*, Kris Kristofferson em *Nasce uma Estrela* ou Peter Finch em *Network*. Enquanto isso, para melhor atriz, as dúvidas concentram-se em Liv Ullman em *Face a Face*, Barbra Streisand por *Nasce uma Estrela*, Liza Minnelli em *Morte em Roma* ou Lee Remick em *A Profecia*.

A HORA E A VEZ DE MARÍLIA BARBOSA

Descoberta num dos programas de calouro de Flávio Cavalcanti, Marília Barbosa teve uma intensa participação em shows de boate. Mas seu tipo *mignon* só se fixou na memória do grande público através de Bia, personagem que interpretou na novela *Saramandaia*, despertando paixões e confusões. Sua voz doce e afinada, no entanto, só viria a chamar a atenção dos telespectadores nos capítulos finais, ao som do refrão da música *Caso Você Case*. A partir de então, veio a curiosidade da crítica, as execuções nas rádios, a gravação individual de um compacto-duplo, sucesso nas paradas. A cantora-atriz promete que "desta vez, vamos".

O DISFARCE DA EMBALAGEM

Mais de 120 embalagens para produtos cosméticos, em diferentes tamanhos, pesando entre 50 e 200 gramas, circulam pelos países do Mercado Comum Europeu. E este peso, segundo está sendo visto, não ocorre em função da quantidade do produto que conservam. De acordo com a comissão européia, recentemente formada para estudar o problema dos produtos pré-embalados, a variedade da apresentação existe, na realidade, para *disfarçar* a redução da quantidade do produto útil e justificar os aumentos de preço. Isto levou esta comissão a propor, por exemplo, a criação de uma série de embalagens que permitirão ao consumidor saber exatamente o seu conteúdo, tanto o volume líquido como o sólido. Permanece, porém, um impasse cuja solução exigirá, na certa, longas discussões. Trata-se dos produtos em que a marca já está simbolizada — e popularizada — a partir da própria embalagem. Resta saber como reagirão os fabricantes diante desta possível uniformização.