

A caça aos Caça-Talentos

Fomos atrás dos que vão atrás de novos talentos

CLARICE RIOS E CORA AYRES

Quem nunca sonhou estar cantando num barzinho ou simplesmente andando pela rua, e de repente, ser descoberto por um caça-talentos? Ou que pessoa apaixonada por futebol não queria a visita de um olheiro (o caça-talentos do futebol) na sua pelada com os amigos? Os caçadores de talentos estão no imaginário das pessoas, só que essa profissão não é mais tão comum assim. Meninas e meninos em todo o Brasil sonham em ser modelo, ator, cantor e jogador de futebol. Muitos deles correm atrás de uma chance indo de “porta em porta” e se arriscando a receber um não. Outros ficam esperando que alguém os descubra.

Carlos Andrade é agente e diretor da Top Kids e Teens. Seu dia-a-dia é basicamente na agência de modelos e atores onde é responsável pelas avaliações de interpretação e pelos testes fotográficos. Andrade informa que na maior parte das agências não existe mais a figura do “caça-talentos” que sai às ruas em busca de alguém excepcional. O método mais comum é o cadastro pelo site e, posteriormente, o teste presencial.

Mas quando Andrade está na rua, liga o faro, já treinado pelo tempo de profissão, e segue sua intuição para encontrar novos talentos. Na agência, apesar de não ter nenhum *headhunter* especializado, todos já têm o espírito de caçador e são treinados para descobrir pessoas que tenham boa aparência e simpatia.

A possível superficialidade do olhar de um caça-talentos de atores e modelos talvez tire o glamour da



Edilene de Franca, a número 2, comemora gol com as companheiras de Seleção

profissão no imaginário das pessoas. Quando esse profissional vai às ruas, na maior parte das vezes, tem poucas ferramentas para descobrir o talento, senão a aparência e o carisma que transparecem. Como Andrade define: “há uma procura por alguém fora dos padrões”.

Para ser modelo a beleza é importante, no entanto, para seguir a carreira de ator muitos outros fatores estão em jogo. Esse é um dos motivos que as agências Top Kids e Teens, no centro do Rio, e a Qualitá, em Copacabana, alegam por não optarem por um profissional especializado. A partir do site ou pelo telefone, mais oportunidades são abertas e o candidato pode provar sua aptidão. Já a agência tem mais opções, e diminui o risco de perder alguém que à primeira vista não parecia ser “talentoso”.

Abrir o teste para o público pode também dificultar o trabalho, especialmente para quem lida com crianças e adolescentes. A habilidade da criança tão evidente para os pais nem sempre é reconheci-

***“Ainda mais difícil é informar
a um pai coruja que seu filho
não tem talento”***

Carlos Andrade



Candidatos a famosos mostram seu talento nas agências.

da pelos avaliadores. “Muita criança quando chega à agência não quer se apresentar ou fica com vergonha, porque para ela é um ambiente estranho. E os pais ficam insistindo e dizendo que em casa ele faz tudo bonitinho”, conta Andrade. É preciso muito jogo de cintura para convencer os pais a não insistir se a criança não quiser. Ainda mais difícil é informar a um pai coruja que seu filho não tem talento.

A dificuldade de abordagem nas ruas é outro fator que promove a extinção destes profissionais. Casos de indivíduos que se fazem passar por agentes de modelo e enganam jovens, deixaram a população mais desconfiada e precavida. “Quando vemos uma criança ou um adolescente fora dos padrões, fazemos sempre a abordagem com os pais, entregando um cartão da agência, e quando há uma mulher bonita falamos com o namorado para eles não acharem que é uma cantada”, ressalta.

Das agências aos gramados

No futebol o caça-talentos é conhecido como olheiro. Os meninos e meninas que sonham ser jogadores ainda contam com a ajuda desse profissional. A discrição é a maior característica do obser-

*“Sem sangue novo o coração
pára, sem novidade a
engrenagem emperra”*

Alexandre Ktena

vador. Sem se identificar, ele vai às competições em busca de novos talentos.

É assim que o olheiro Flavio Rangel, também Diretor do Departamento de Futebol Feminino do Vasco, define sua atuação nos campos. Sempre muito discreto, ele prefere manter o anonimato para não interferir no estado emocional dos atletas.

Rangel vai atrás de novos jogadores nas chamadas “várzeas”. Essas são competições normalmente organizadas por comunidades, associações de moradores ou pessoas físicas. Para um olheiro esse é o melhor local para encontrar novos talentos no fute-



O sonho de chegar às passarelas.

bol. O bom observador sempre sabe onde ocorrem esses jogos. “O melhor celeiro é a várzea, é possível identificar a qualidade e o potencial das jogadoras”, reitera Rangel.

O *headhunter* do futebol precisa ter paciência e foco. O desempenho dos atletas em cada jogo pode variar bastante. É preciso frequentar no mínimo três jogos para saber se a pessoa é realmente talentosa.

Rangel define o olheiro, como o próprio nome já sugere, como aquele que tem um “olho clínico” para encontrar um bom jogador. “Quando eu vejo o toque na bola, a condução e o passe já consigo notar se aquele atleta tem futuro”, afirma.

Foi com o seu olho clínico que as jogadoras Thaynara de Araújo, Edilene de Franca e Jéssica Gomez saíram do time de sua comunidade e foram convocadas para a Seleção Brasileira. “Não há maior sa-

tisfação do que ver uma atleta que você acreditou sair de uma várzea, de uma favela, e despontar chegando à Seleção”, diz Rangel. Ele conta que elas se destacaram não só pelo talento inerente, mas também porque se dedicaram intensamente.

“Eu procuro dar toques sobre o trabalho dentro de campo, mas também no âmbito social, porque essas jogadoras são muito jovens, vêm de locais humildes. Então eu procuro alertar para que elas tenham maior controle, se afastem de más influências”, conta Rangel. O olheiro profissional não é só responsável por informar o clube a descoberta de um novo talento. Pode realizar, também, o gerenciamento da carreira do jogador e dar conselhos que contribuam para o crescimento pessoal. Ele tem papel importante no percurso do atleta, pois as negociações entre os clubes transformam o jogador em mercadoria. Quando se trata de jovens amadores é ainda mais imprescindível saber escutar o desejo e a vontade do esportista.

O mercado futebolístico movimenta muito dinheiro e fascina as pessoas. Há diversos casos de falsos olheiros que se aproveitaram da ingenuidade das famílias. Pessoas que deram todo o dinheiro que tinham para jogar num time no exterior e quando chegaram ao aeroporto não havia sequer alguém para recebê-las. Outras viajaram, e ao chegarem ao destino não havia clube, mas sim um esquema de prostituição.

Flavio Rangel informa que quando se gerencia a carreira de um atleta amador, a família tem que ser informada de tudo que está acontecendo. Ele faz um alerta para que as famílias não negociem nada pelo telefone, tudo deve ser documentado e autenticado.

Coisa do passado?

No ramo da música, pode se dizer que caça-talentos é “coisa do passado”. O produtor executivo Maurício Von Helde afirma que a função das gravadoras não é mais a mesma que antes dos anos 1980 e 90.

“As gravadoras tinham o monopólio dos meios de produção de música e controle sobre a mídia (rádio e TV), mas depois do barateamento do computador, das novas tecnologias de gravação e da consolidação da internet, as bandas e grupos começaram a surgir de forma independente, fazendo seus conteúdos e se divulgando”, afirma Von Helde.

Na maioria das vezes, quando o artista já tem um público e alguma fama, então, a gravadora o incorpora. As grandes empresas, que antes eram grandes “reveladoras de talentos”, hoje, são mais distribuidoras do produto musical. Esta mudança do comportamento ativo das gravadoras se deve à maior facilidade que os artistas hoje têm para se divulgar e, principalmente, criar um público.

O produtor musical da gravadora DeckDisc, Alexandre Ktena, concorda que não há mais um profissional que se concentre apenas na descoberta de um novo talento, mas, segundo ele, certamente as gravadoras e produtoras ainda buscam o novo. “Sempre haverá alguém buscando o NOVO com letras maiúsculas, seja ele um artista que encontrou uma maneira original de cantar um antigo sucesso, seja ele aquele compositor que fala de amor de um jeito que ninguém falou antes, seja ele uma pessoa que inventou um modo absolutamente inédito de misturar ritmos e melodias e de fazer disso uma revolução. Sem sangue novo o coração pára, sem novidade a engrenagem emperra”, ressalta.

Para o produtor da DeckDisc, se alguém assumir o papel do “caça-talentos”, este deve ouvir música o tempo todo, e “vasculhar” a internet com olhos e ouvidos atentos. O perfil ideal dessa pessoa é que ela esteja disposta a escutar tudo o que lhe mandam, ir a todos os eventos, e o mais importante, sem carregar nenhum preconceito.

Ktena acredita que não há uma regra para onde se possa encontrar um novo talento. “Os sucessos na maioria das vezes aparecem nos locais mais inesperados. Podem vir de uma garagem em Seattle, de uma fazenda em Goiás, de uma casa noturna do Baixo Leblon, de uma praia na fronteira da Bahia com o Espírito Santo, de uma churrascaria no meio da estrada, de um barracão caindo aos pedaços na favela, dos pilotis da PUC-Rio, num boteco pé-sujo nas margens da Lagoa do Abaeté... E esta lista aí é absolutamente real, ou de onde você acha que vieram Nirvana, Bruno & Marrone, Blitz, Falamansa, Wando, Jota Quest, Exaltasamba, Los Hermanos e Ivete Sangalo? Exatamente dos locais que listei ali...”, afirma Ktena.

Caça-se talento ou não, uma coisa é certa, ainda há muito artista por aí em busca de um lugar ao sol. “Sem dúvida a oferta é muito maior que a demanda. As gravadoras/produtoras recebem uma quantidade enorme de conteúdo (CDs, DVDs, MP3, links e sites) de bandas e cantores que têm o sonho do sucesso e elas não são capazes de absorver tudo”, diz Maurício Von Helde. ✂

A caça nos programas de televisão

O que as gravadoras já não fazem mais hoje em dia, os programas de televisão têm feito. O quadro *Garagem do Faustão*, do programa dominical de Fausto Silva, busca talentos musicais por todo o Brasil. Um exemplo vivo de que um sonho pode se tornar realidade é o da mineira de Itajubá, Myllena. Ela foi a primeira revelação do programa e após se apresentar no palco do *Domingão do Faustão*, foi contratada pela Som Livre e gravou seu primeiro CD. Myllena surpreendeu tanto que sua música entrou na trilha da novela *Caras e Bocas*, da TV Globo, como tema da personagem de Ingrid Guimarães. “Tudo aconteceu muito rápido, em quatro semanas a minha vida se transformou. Na primeira semana vi meu vídeo exibido no programa, na segunda, me ligaram para ir ao palco. Na terceira me convidaram para colocar a música na novela e na quarta fechei contrato com a Som Livre. Um trabalho de 10 anos, que se transformou em

realidade em apenas um mês! Nunca imaginei que seria assim. Você manda o vídeo do mesmo modo que joga na loteria, sem imaginar que possa ganhar!”, declara Myllena.

Só têm a chance de serem descobertos, aqueles que enviam seus vídeos para o site do programa. Segundo o diretor do *Garagem do Faustão*, Cris Gomes, a internet facilitou a entrada dos programas de televisão nesta busca por novos talentos. “O *Garagem* é uma ideia do apresentador Fausto Silva. Desde 2006 a direção vem trabalhando na execução deste projeto, mas somente este ano foi possível executá-lo. O objetivo do quadro é revelar talentos, dar oportunidade às pessoas de divulgar seu trabalho e está aí o diferencial do *Garagem*. A internet virou a porta de entrada para um dos programas mais tradicionais e conceituados da TV brasileira, que durante muito tempo da sua história



Myllena no palco do *Domingão do Faustão*

musical ficou à mercê das grandes gravadoras”, afirma Cris Gomes.

Para o diretor do *Garagem*, o espaço dos anônimos na televisão sempre existiu, e hoje, o que acontece é que a tecnologia facilitou e mudou o jeito de fazer televisão. O anônimo tem várias maneiras de interagir com os canais de TV e, por isso, acaba sendo mais fácil descobrir novos artistas.