

"Acho esta discussão uma grande besteira" diz Gilberto Braga.

"Se determinado modelo se enquadra no perfil da personagem que escrevi, não tenho nada contra a sua contratação", afirma Ruy Barbosa.

**"Malhação é um telecurso às avessas. É apenas um presente de grego em um fim de tarde"**

Rose Esquenazi,  
colunista do JB

Dizem as má-línguas que a invasão de modelos nas novelas é uma exigência dos países que as importam, por acharem que faltava beleza nos atores brasileiros. "Não acredito nisso. Nunca fui orientado no sentido de fazer papéis para modelos por esse ou qualquer outro motivo", defende o autor de *Vale Tudo*.

As críticas à nova produção não param por aí: vão desde o uso da imagem do modelo até as próprias histórias, consideradas pobres e sem criatividade.

A Jornalista Rose Esquenazi, do Jornal do Brasil, foi taxativa: "trata-se de um telecurso às avessas. Parece mesmo que estamos no lado rico de Miami. Certamente muitos adolescentes gostam das tramas insossas de *Malhação*, que deve ser só isso: um presente de grego em um fim de tarde."

Outra coluna do JB diz que o enredo da *Soap* brasileira é costurado em conflitos banais. A novela deveria resgatar a narrativa inteligente do seriado *Armação Ilimitada*, que refletia com

humor o comportamento jovem, sem perder o teor crítico.

Por outro lado, existem aqueles que apóiam o programa, Gilberto Braga é um deles. "Vi e gostei. Pode sair muita gente boa dali".

Boa ou ruim, o fato é que *Malhação* ainda vai render muito. E não apenas críticas. A marca já está licenciada para diversas empresas. O primeiro produto *Malhação* é uma sandália, que já chegou às lojas. Em breve serão vendidos bonés, moletons e até mesmo xampus. O mercado daqui já está garantido.

Românticas, regionais, de época ou contemporâneas, *Soap* ou não, o que importa é que a telenovela

nos últimos vinte anos, se tornou um produto bastante rentável para suas emissoras. □



Malhação, a Soap Opera brasileira, há um ano na telinha

## A MANCHETE CONTRA ATACA

A TV Manchete foi a única emissora que ultrapassou a audiência da Globo. A novela *Pantanal* conseguiu atingir 38 pontos na média do Ibope. Seu grande erro foi a insistência em temas regionais que perderam o fôlego na novela *Amazônia*. Atingir os 38 pontos não foi tão difícil quanto mantê-los. *Dona Beija* provou o potencial da Manchete na produção de novelas. O segundo sucesso foi *Kananga do Japão*, seguida de *Pantanal*, que nasceu com grandes expectativas. Pela primeira vez na Manchete os patrocinadores já tinham contratos fechados antes da estréia.

Finalmente a Manchete derrubou a audiência da Globo neste horário. O último capítulo da novela não foi bem definido. Numa terça-feira ela chegou ao fim, transmitindo também vinte minutos da novela *Ana Raio e Zé Trovão*, que viria a seguir.

Começou a decadência dos temas regionais. A novela *Amazônia*, que teve um alto investimento, se perdeu no seu complexo roteiro. Atores e roteiristas foram substituídos.

Mas a tentativa de desbancar a hegemonia Global foi válida. Em um país de grandes dimensões como o Brasil, é sempre bom ter várias opções.

# TELENOVELA

## da exportação à importação

ANA TERESA MENDONÇA, GEORGEANA SABOIA, STELLA MENDES e WASHINGTON CASTILHOS

Há quase 20 anos, quando a Rede Globo exportou *O Bem Amado*, de Dias Gomes, quem poderia imaginar que iríamos terminar copiando o modelo americano de *Soap Operas* como *Barrados no Baile?* Mas *Malhação*, o nosso modelo *Soap*, que já está no ar há quase um ano, continua fazendo sucesso entre os jovens e já tem planos de renovação para o ano que vem.

O investimento em cada novela é bem alto, podendo chegar de 1 à 2,5 milhões de dólares. A tv é um produto explorado pelo capital privado que depende dos anunciantes. Daí o surgimento, de uns anos para cá, de tantos rostinhos bonitos na televisão. Na verdade, sua real função é chamar a atenção para os produtos que estão sendo anunciados. Os números justificam tamanha preocupação. O merchandising pode ser superior ao custo de um capítulo de novela. Um comercial de 30 segundos na recente *A Próxima Vítima*, chegou a custar R\$ 53.100,00. A Rede Globo, apenas com suas novelas, atinge um faturamento 22 por cento mais alto que o da indústria automobilística.

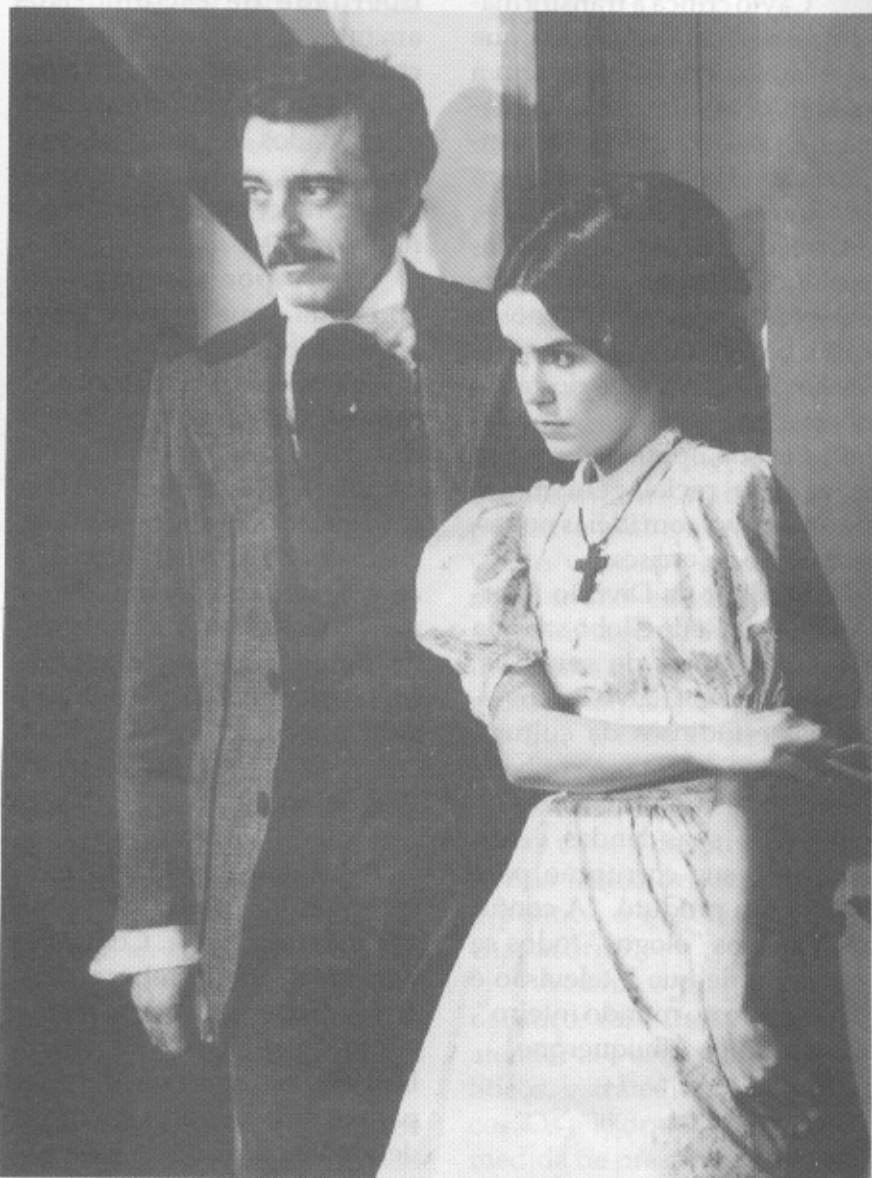
O Brasil teve e ainda tem novelas como *Escrava Isaura*, *Dona Beija* e *Renascer* que foram exportadas para a América Latina, EUA, Europa e Ásia com grande sucesso. Algumas emissoras chegam a garantir mais de 10 por cento de seus ganhos com a exportação.

### Autores e tramas

Para os atores e diretores de novelas exportadas o ramo não é assim tão lucrativo. Apenas sete por cento do valor da venda vai para a equipe que participou da produção. A divisão, entretanto, não é feita igualmente: o dinheiro é dividi-

do levando-se em conta a importância do ator na trama.

Para os autores, o reconhecimento pelo bom trabalho feito é muito mais compensatório do que a parte financeira. Benedito Ruy Barbosa, autor de sucessos como *Cabocla* e *Sinhá Moça*, foi convidado para dar um curso em Caracas. Tudo porque seus



A *Escrava Isaura* primeiro grande sucesso de exportação da Rede Globo

Foto Rede Globo



mais recentes trabalhos *Pantanal* e *Renascer* fazem tanto sucesso na Venezuela quanto *Escrava Isaura* fez na China e em Cuba há alguns anos.

Segundo ele, engana-se quem pensa que as novelas são produzidas visando a exportação. Em alguns casos, as tramas podem até ser vendidas quando ainda são sinopses, um bom exemplo disso foi *Pantanal*. Mas o que acontece, geralmente, é que são comercializadas quando já alcançaram bons índices de audiência aqui, e podem começar a ser exibidas no exterior até mesmo simultaneamente com o Brasil. *A Próxima Vítima* acabou há menos de um mês e os portugueses já a acompanham (estão há 30 capítulos para o fim). Todos querem saber quem é o assassino, especula-se até que um novo final deve ser gravado para ser apresentado na Terra de Camões.

Quanto ao tipo de trama que faz mais sucesso, as opiniões se dividem entre os autores. Benedito Ruy Barbosa assume que prefere escrever novelas com enfoque regional, mostrando cenários e personagens fora dos grandes centros urbanos. Ele já mostrou desde os encantos do *Pantanal* à região cacauzeira do sul da Bahia, em *Renascer*. "Esse tipo de novela faz mais sucesso lá fora porque mostra justamente a brasilidade" diz ele.

Por outro lado, alguns países preferem as novelas de época. Nos Estados Unidos, *Dona Beija*, (a primeira produção brasileira a ser veiculada em horário nobre americano) atingiu 12 pontos no Ibope em Los Angeles. "É uma loucura, já que nos Estados Unidos nenhuma emissora tem o monopólio de audiência como a Globo tem no Brasil. Lá uma audiência de 20 pontos pode significar o primeiro lugar" diz Marina Galliez, Vice-presidente da Salles Vídeo.

Para Gilberto Braga, autor de *Dancin' Days* e *Água Viva* entre outras, a Europa tem mais interesse em novelas desse tipo por serem românticas. "Nos países europeus, com exceção de Portugal, as novelas são exibidas durante o dia e não em horário nobre. O público é essencialmente feminino, que prefere as histórias românticas, açucaradas. *A Escrava Isaura* é um grande exemplo disso", conta. Foi ele quem fez a adaptação do romance para a tv, no final da década de 70. Daí para frente, Gilberto escreveria apenas novelas contemporâneas.

Ele é também autor de *Vale Tudo*, um dos maiores êxitos da televisão brasileira. Mas as peripécias de Odete Roitman não causaram tanto furor entre os alemães. "A novela fez um sucesso estrondoso por aqui. A Alemanha comprou e não gostou. Talvez porque a história tratasse de problemas bem brasileiros, como inflação e taxa de desempregos altos, armações e corrupção", recorda.

**"Na Europa o público da telenovela é essencialmente feminino, que prefere as tramas românticas, açucaradas"**

Gilberto Braga

#### **Beleza versus talento**

Paradoxalmente, o Brasil, país que sempre entendeu de novelas, acabou por importar o



Gilberto Braga um dos autores de maior sucesso na teledramaturgia brasileira

modelo das *Soap Operas* americanas. Estas não terminam no capítulo 180 ou 200, como as nossas novelas. Ficam no ar durante anos, como *Dallas*, *Dinastia* e os recentes *Barrados no Baile* e *Melrose*. Também custam pouco para as emissoras, pois se mantém com baixos orçamentos. São recrutados atores novos, quase não há cenas externas, tudo para baratear o custo.

A nossa primeira *Soap* entrou no ar no início do ano com o adequado nome de *Malhação*. Afinal de contas, a história se passa em uma academia de ginástica. Diariamente, a sala dos brasileiros é invadida por rostos e corpos esbeltos, metidos em malhas coloridas (e cada vez menores). Grande parte do elenco são modelos fotográficos que nunca freqüentaram qualquer escola de teatro. Isso causou polémica há bem pouco tempo entre os atores veteranos. Para estes, os modelos são usados na tv muito mais pela plástica perfeita do que pelo talento em si, o que pode atrapalhar o ofício dos verdadeiros atores.