



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DE SILVIO SANTOS PARA A TELEVISÃO BRASILEIRA

Gabriel Vianna Reis

Rio de Janeiro/ RJ
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DE SILVIO SANTOS PARA A TELEVISÃO BRASILEIRA

Gabriel Vianna Reis

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Lissovsky

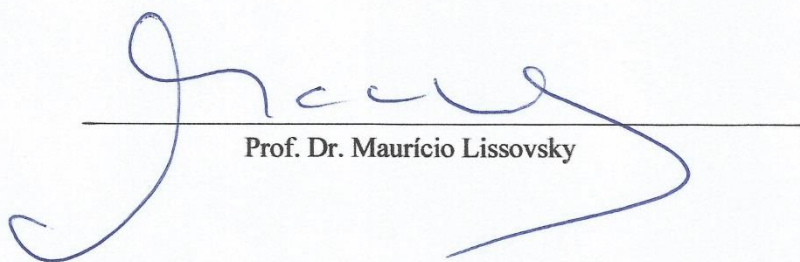
Rio de Janeiro/ RJ
2016

A IMPORTÂNCIA DE SILVIO SANTOS PARA A TELEVISÃO BRASILEIRA

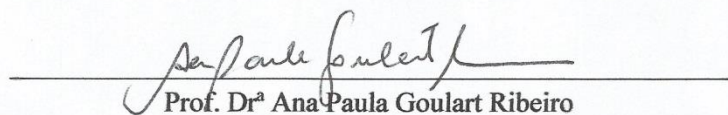
Gabriel Vianna Reis

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Radialismo.

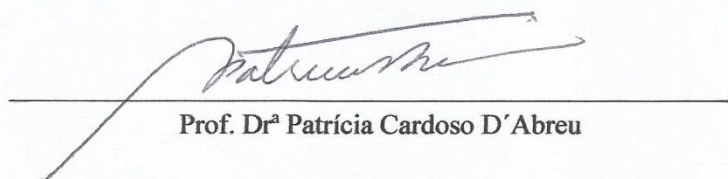
Aprovado por



Prof. Dr. Maurício Lissovsky



Prof. Drª Ana Paula Goulart Ribeiro



Prof. Drª Patrícia Cardoso D'Abreu

Aprovada em: 10/3/2016

Grau: 10,0 (dez)

Rio de Janeiro/ RJ
2016

REIS, Gabriel Vianna.

A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira/ Gabriel Vianna Reis – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2016.

58f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2016.

Orientação: Maurício Lissovsky

1. Silvio Santos. 2. Televisão. 3. Programa de auditório. I. LISSOVSKY, Maurício (orientador) II. ECO/UFRJ III. Radialismo IV. A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira

DEDICATÓRIA

A todos aqueles que caminharam ao meu lado
nesta jornada.

AGRADECIMENTO

Este trabalho representa o fechamento de um importante ciclo em minha vida: a minha graduação em Comunicação Social pela UFRJ. Sem o apoio da minha família, em especial: meu pai, minha mãe e minha irmã, nada disso seria possível. Eles são o motivo pelo qual eu me levanto todos os dias.

Agradeço também a todos os professores, colegas, funcionários e amigos que estiveram comigo nesta importante jornada. A ECO para mim representa não apenas uma graduação, mas um local onde tive uma vivência próspera e feliz.

Finalizo agradecendo ao Mauricio Lissovsky por ter aceito prontamente a orientação desse trabalho e a Ana Paula e a Patrícia por aceitarem participar da banca. A análise e a leitura de vocês sobre essa monografia me farão crescer academicamente e, com certeza, me farão escrever e pesquisar melhor.

EPÍGRAFE

“Não desejamos fazer promessas. Para quê? Nosso passado cheio de lutas e realizações há de espelhar o nosso futuro. E V. Exa., senhor ministro, não tem de estranhar que um homem beirando os 63 anos de idade fale em futuro. Mas é que em nossa filosofia de trabalho os homens são transitórios. A ideia, sim, é permanente. Os homens podem sucumbir, ou serem mudados. A ideia será indestrutível. Os homens que estão conosco, e os outros que virão um dia, terão de obedecer a nossa ideia. Nunca nos afastamos da ética, nunca pisamos nos que caíam, nunca empurramos os que estavam à nossa frente. E assim será também a nossa conduta dentro do canal 11. Vamos somar, não diminuir. Multiplicar, não dividir. Construir, não destruir. Jamais usaremos a intriga ou a calúnia para eliminar terceiros. Seremos, no canal 11, aquilo que sempre fomos em todas as nossas atividades. Não espere milagres, senhor ministro. Nossa realização levará tempo, mas desejamos fazer alguma coisa perfeita e grande. [...] E podemos afirmar que toda a classe radialista e todos os artistas do Brasil estão vibrando com o dia de hoje, e com muita razão. É a primeira vez, na história do Brasil, que um canal de televisão é entregue a um punhado de artistas. Todos os colegas saberão nos dar o prestígio e a força necessários para a realização do nosso trabalho. E porque contamos com eles, sabemos que vamos vencer. E crescer. Crescer muito. Vamos conduzir, com muita dignidade, muito trabalho e muito respeito a tocha sagrada do nosso ideal, que entregaremos aos nossos pósteros com mãos limpas.” (SILVA, 2000, p. 75-76)

Manoel de Nóbrega, em discurso feito no dia da assinatura da concessão do canal 11 do Rio de Janeiro ao Grupo Silvio Santos

REIS, Gabriel Vianna. A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira. Orientador: Maurício Lissovsky. Rio de Janeiro, 2016. Monografia (Graduação em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 58f.

RESUMO

Neste trabalho será contada, refletida e analisada *A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira*. A partir de uma extensa coleta de dados, elementos biográficos, notícias de jornal e livros sobre o tema, foi escrita a trajetória de um dos maiores ícones da televisão nacional. Inicialmente será exibido o início da carreira do apresentador como camelô, radialista, empresário e artista de circo. Esses elementos serão mostrados para entendermos como se deu a criação do *Programa Silvio Santos* na televisão. Em seguida, será descrito o processo da conquista da concessão da TVS, primeira emissora do animador, contrastando com o ambiente de modernização da televisão brasileira ocorrido a partir da década de 1970. Na sequência, será analisada a construção da hegemonia da Rede Globo e como é possível contrastar com ela, usando Silvio Santos como exemplo. Por último analisaremos a influência do *Programa Silvio Santos* em outros programas de auditório: descreveremos elementos constituintes de uma atração do gênero e como esse formato ainda está presente nos dias atuais.

Palavras-chave: Silvio Santos. Televisão. Programa de auditório.

REIS, Gabriel Vianna. A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira. Orientador: Maurício Lissovsky. Rio de Janeiro, 2016. Monografia (Graduação em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 58f.

ABSTRACT

This academic work is a reflection and analysis of the importance of Silvio Santos for Brazilian television. From an extensive research collecting data, biographical events, newspaper articles and books on the subject, it was written the history of one of the greatest icons of national television, starting on the beginning of his career as a street salesman to radio broadcaster, businessman and circus performer. These elements were put together for a better understanding of how the *Programa Silvio Santos* on television was first created. Then, it is described the process of conquest of TVS, Silvio Santos's first TV station, contrasting with the modernization of Brazilian television that occurred from the 1970s. On the following chapter it was analyzed the construction of Rede Globo's hegemony and how it's possible to contrast with it, using Silvio Santos as an example. Finally, it was considered the influence of the *Programa Silvio Santos* on other talk shows, describing constituent elements of this kind of entertainment as this format is still present nowadays.

Keywords: Silvio Santos. Television. Talk shows.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. O PERSONAGEM DESTA HISTÓRIA.....	15
2.1 CAMELÔ, RADIALISTA E ARTISTA DE CIRCO.....	15
2.2 A PRIMEIRA EMPRESA: O BAÚ DA FELICIDADE.....	16
2.3 DO BAÚ PARA A TV.....	18
2.4 DÉCADA DE 1970: A TV BRASILEIRA TENTA “MUDAR DE IMAGEM”	19
2.5 UMA EMISSORA A IMAGEM E SEMELHANÇA DO DONO.....	20
3. O SUCESSO FORA DA GLOBO.....	24
3.1 A HEGEMONIA DA TV GLOBO.....	24
3.2 SILVIO SANTOS NA GLOBO.....	27
3.3 SAINDO DA TV GLOBO.....	27
3.4 COMO FAZER SUCESSO FORA DA GLOBO?.....	28
3.5 COMO FAZER SUCESSO FORA GLOBO? – O CASO DE SILVIO SANTOS.....	31
4. LEGADO.....	34
4.1 A TRADIÇÃO DOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO AOS DOMINGOS.....	34
4.2 A DIVISÃO DA AUDIÊNCIA AOS DOMINGOS.....	35
4.3 DO QUE É FEITO UM PROGRAMA DE AUDITÓRIO?.....	37
4.4 O “SUCESSOR” GUGU LIBERATO E A MODERNIZAÇÃO DO POPULAR.....	39
4.5 A INFLUÊNCIA EM OUTROS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO.....	43
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

“Temos que confessar que este é um ato de amor pela televisão. Sabemos que não é fácil dizer isso em voz alta. É sempre mais fácil confessar nosso amor pelo cinema [...]” (CANDALINO; CIORCIOLINI apud MACHADO, 2005, p. 9). É com esta frase que Arlindo Machado abre seu livro *A televisão levada a sério*, e é com ela que opto por abrir este trabalho. Além das motivações que envolvem a importância desse veículo de comunicação no Brasil, tenho uma paixão pessoal por televisão desde criança. A universidade e o mercado de trabalho foram e são apenas caminhos para a realização desse sonho.

Apesar do crescimento cada vez maior de outros meios de comunicação, a televisão aberta ainda é o veículo hegemônico no país, estando presente em 99,9% dos municípios brasileiros¹, tendo assim uma importância ímpar na comunicação de massa em um país de dimensões continentais.

Minhas preocupações com os problemas relacionados com criatividade e inteligência em televisão nasceram do trabalho docente. Como professor do curso de Rádio e Televisão na Universidade de São Paulo sempre me senti incomodado com a falta de referências sofisticadas que pudessem servir de farol e bússola aos alunos que se formam nessas especialidades e que vão em seguida atuar no mercado profissional. O meu parâmetro de comparação era o curso de Cinema e Vídeo. Para passar pelo processo de seleção e ingressar nesse último curso, os alunos tinham que comprovar um conhecimento básico da história desses meios. Depois, ao longo do curso, os alunos aprendiam a fazer cinema e vídeo através do contato frequente com as obras mais importantes produzidas nessas linguagens. Não se admitia – como de resto continua-se a não admitir – um profissional de cinema e vídeo, seja ele realizador, crítico ou docente, que não tivesse mantido contato com o repertório fundamental de obras produzidas nesses meios [...]. Com os alunos de Rádio e Televisão, todavia, isso não acontecia, simplesmente porque não existia um trabalho anterior de avaliação de história desses meios, conduzido por gerações de críticos e pesquisadores competentes, que pudesse indicar um repertório fundamental de trabalhos televisuais. (MACHADO, 2005, p. 11)

A preocupação de Arlindo Machado com o ensino de televisão na Universidade de São Paulo (USP), também é a minha em relação à Escola de Comunicação (ECO). Hoje, ao sair da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), enxergo em minha trajetória acadêmica uma ausência muito grande de conteúdos dedicados ao estudo sobre televisão. Há apenas uma matéria obrigatória, Linguagem Audiovisual II, em todo o fluxograma de Comunicação Social, que versa sobre História da Televisão, matéria essa que em minha

¹ Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgados através do Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros 2014, a televisão aberta está presente em 99,9% dos municípios brasileiros, sendo, portanto, o veículo de comunicação com maior abrangência nacional.

trajetória na ECO, na verdade, se dedicou a estudar cinema documentário. Mesmo as matérias com enfoque prático são voltadas para produção cinematográfica. Especificamente sobre Silvio Santos, nosso principal tema, há uma defasagem maior. Pesquisando pelo termo “Silvio Santos” na base *Minerva UFRJ* são encontrados apenas dois livros que abordam o assunto: *Show do milhão: imaginário de Silvio Santos e do SBT*, de Alexander Bernardes Goulart; e *O Baú de Abravanel: uma crônica de sete séculos até Silvio Santos*, de Alberto Dines. Esse trabalho visa suprir essa defasagem e contribuir academicamente para que a história da televisão brasileira e de um de seus principais personagens seja contada, refletida e analisada.

Hoje, aos 85 anos, Silvio Santos é uma das personalidades mais admiradas do Brasil², no entanto, sua trajetória, influências artísticas e legado remontam a um passado não tão conhecido do grande público.

Em 54 anos de carreira em televisão³, Silvio Santos já apresentou mais de 120 formatos⁴, incluindo: programas de namoro, como o *Namoro na TV*; atrações que envolvem jogos com prêmios, como o *Topa Tudo por Dinheiro*; programas que dialogam com o público infantil, como o *Domingo no Parque*; *game shows*, como o *Show do Milhão*; *reality shows*, como *Casa dos Artistas*; programas de calouros, como o *Show de Calouros*; competições musicais, como o *Qual é a Música*; e programas assistencialistas, como o *Porta da Esperança*. Segundo o *Guinness Book*, o livro do recordes, é o segundo programa mais duradouro da televisão brasileira⁵. Antes de seu início na televisão, o apresentador foi locutor na Rádio Nacional, viajou o país com a caravana circense do *Peru Que Fala*⁶; comandou um serviço de alto-falantes na barca Rio de Janeiro-Niterói, onde se vendiam bebidas e anúncios e se sorteavam prêmios; e chegou a ser camelô na Avenida Rio Branco, no Rio de Janeiro.

² Em pesquisa feita pela *UK's Future Poll*, empresa internacional de pesquisas de consumo e mercado, Silvio Santos é a personalidade mais admirada do Brasil. No levantamento, divulgado em dezembro de 2011 pela *Forbes* e pela *Folha de S. Paulo*, completavam a lista: Bill Gates, Lula, Angelina Jolie e Jesus Cristo. Em 2015 também foi eleito o apresentador mais confiável do Brasil pela *Pesquisa Marcas de Confiança*. A premiação se baseou em levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) com 1300 pessoas, que representavam os mais de um milhão de leitores da revista *Seleções*, dona da premiação.

³ Silvio Santos iniciou sua carreira em televisão na TV Paulista, em 1961, apresentando o programa *Vamos Brincar de Força* (SILVA, 2000), portanto, está no ar há mais de 54 anos.

⁴ A lista e contagem foi feita pelo site *Página do Silvio Santos*, estando disponível em: <http://www.paginadosilviosantos.com/pags/curiosid/algprogr.htm>.

⁵ Em *A Fantástica Histórica de Silvio Santos*, Arlindo Silva afirmou que o *Programa Silvio Santos* se tornou o mais duradouro da televisão brasileira no ano de 1993. A atração estreou em 1962, na TV Paulista. (SILVA, 2000). No entanto, reportagem da *Folha de S. Paulo*, de 01 de dezembro de 2002, atualiza a informação do autor, dizendo que o programa mais duradouro da televisão brasileira é a atração judaica *Mosaico na TV*, no ar desde 1961. (FOLHA, 2002).

⁶ *Peru que Fala* era o apelido de Silvio Santos. O próprio animador em depoimento a seu biógrafo Arlindo Silva conta: “Eu já havia adquirido alguma prática nos shows de circo. Mesmo assim, com toda essa prática, eu ficava muito envergonhado, muito vermelho, e por isso ganhei o apelido de ‘Peru que Fala’” (SILVA, 2000, p. 32).

(SILVA, 2000). Apesar de serem 54 anos em televisão, são mais de 71 anos de carreira artística⁷.

Apesar de muitos números serem relativos à sua longevidade, é válido destacar feitos históricos acontecidos após o ano 2000. O recorde de audiência do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), sua emissora, é de 2001, com a exibição da final do *reality show Casa dos Artistas*, apresentada pelo próprio Silvio Santos. Enquanto o *reality show* foi exibido o SBT marcou 48 pontos de média contra apenas 18 da Globo, uma diferença de mais de 150% a favor da emissora paulista⁸. No ano seguinte, um novo recorde: o *Show do Milhão*, seu famoso programa de perguntas e respostas, tornou-se parceiro da *Nestlé*. Para participar do programa, cada participante deveria enviar para o SBT oito rótulos de produtos *Nestlé* e responder a pergunta óbvia: “Qual a empresa líder que leva você ao Show do Milhão?”. Foram enviadas mais de 78 milhões de cartas e consumidos mais de 600 milhões de produtos *Nestlé*. A promoção *Nestlé e você no Show do Milhão* acabava de entrar para o *Guinness Book*. O SBT e a empresa de alimentos festejaram o fato daquele ter sido o maior *case* da história do marketing promocional no mundo⁹.

Hoje, o animador continua apresentando seu programa aos domingos, com uma média de 10 pontos de audiência¹⁰, que cresce ao longo do programa, chegando a liderar em sua hora final¹¹. Segundo a *Forbes*, seu grupo empresarial possui mais de 30 empresas e é responsável por mais de dois bilhões de reais em vendas anualmente¹².

A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira visa contar a trajetória do animador de auditório e sua influência na televisão nacional. Como a carreira de Silvio Santos

⁷ A contagem se inicia a partir do momento em que Silvio Santos foi aprovado num teste para locutores na Rádio Nacional aos quatorze anos de idade (SILVA, 2000).

⁸ A medição de audiência em televisão no Brasil é feita pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE). Cada ponto representa 1% dos domicílios da região medida. Os dados divulgados se referem à medição de audiência na Grande São Paulo e foram divulgados pelo portal *Terra* em 17 de dezembro de 2001.

⁹ Em 13 de março de 2003 o SBT divulgou anúncio comemorando o crescimento da *Nestlé* após a promoção. Um dos trechos da peça publicitária dizia o seguinte: “O exemplo mais recente deste trabalho é o *case* de um dos maiores anunciantes do país, que utilizou seu esforço de mídia diretamente ligado ao SBT, atingindo o maior retorno do mundo, 78 milhões de cartas com o *Show do Milhão*. Um novo e surpreendente padrão em promoção”. O anúncio está disponível através do link: <http://www.sbtpedia.com.br/2015/09/cartas-e-cartazes-n-122-sbt-vai-para-o.html>.

¹⁰ O *Programa Silvio Santos* marcou 10,22 pontos de média em novembro de 2015 na região da Grande São Paulo. Números do IBOPE divulgados pelo portal *Bastidores da TV* no dia 21 de dezembro de 2015.

¹¹ Em matéria do portal *SBTpedia*, de 25 de agosto de 2014, diz o seguinte a respeito do desempenho do programa em sua hora de exibição final, das 23h00 à meia-noite: “O *Programa Silvio Santos* segue imbatível na faixa das 23h, horário pós-*Fantástico* na Globo. Desde 2011 o 'patrão' coleciona muitas vítimas no horário, entre elas: *Central da Copa*, os realities *Big Brother Brasil 14*, *SuperStar*, *Hipertensão* e *The Ultimate Fighter* (TUF), a sessão de cinema *Domingo Maior*, a série *Revenge* e os humorísticos *Sai de Baixo* e *Junto e Misturado*.” (LIMA, 2014)

¹² Dados disponíveis no site da revista americana e referentes ao ano de 2014 e disponíveis no link: <http://www.forbes.com/profile/silvio-santos>.

é extensa, o trabalho foi dividido em três capítulos: *O Personagem desta história*; *O Sucesso fora da Globo*; e *Legado*.

Em *O Personagem desta história*, será exposto como se deu o início da carreira do apresentador: as vendas como camelô, seu começo no rádio, sua caravana circense, e o início do *Baú da Felicidade*. Essas passagens serão contadas porque somente através delas será possível entender a formação do artista Silvio Santos e o conteúdo de seus programas. Também abordaremos sua transição para a televisão e sua opção por programas populares que diferiram do processo de modernização da televisão brasileira ocorrido na década de 1970¹³.

No terceiro capítulo, *O Sucesso fora da Globo*, será citado como se deu o processo de consolidação da TV Globo no mercado brasileiro e como Silvio Santos conseguiu se tornar uma opção de sucesso em contraponto à hegemonia global¹⁴. Para isso serão abordados os seguintes tópicos: a construção da hegemonia global; a saída de Silvio Santos da TV Globo; a dificuldade de se fazer sucesso fora da emissora de Roberto Marinho, mostrando os exemplos de Chacrinha e Benedito Ruy Barbosa; e o sucesso de Silvio Santos fora da Globo.

Em *Legado*, mostraremos como Silvio Santos se tornou referência para outros programas de auditório e iniciou uma tradição destes mesmos programas serem apresentados aos domingos. Para isso, contextualizaremos o início do *Programa Silvio Santos* e dos programas que surgiram em seguida aos domingos; faremos uma análise da divisão de audiência aos domingos; e mostraremos o impacto do *Programa Silvio Santos* em atrações que surgiram posteriormente.

Para o embasamento teórico deste trabalho vamos recorrer a diversas obras que versam sobre a história de Silvio Santos e da televisão brasileira, como: *A Fantástica História de Silvio Santos*, *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*, *História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*, *A televisão levada a sério*, *O Livro do Boni*, *Os Bastidores da Televisão Brasileira* e *O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela*. Também utilizaremos números do IBOPE a respeito da medição de audiência em televisão no Brasil e notícias de portais e revistas ao longo dos anos, como *Veja*, *Folha de S. Paulo* e *Meio e Mensagem*.

¹³ O processo de modernização na televisão brasileira ocorreu na década de 1970, encabeçado por Globo, Tupi e o governo militar, ocasionando na saída do ar de diversos programas de auditório como os apresentados por Chacrinha, Silvio Santos e Dercy Gonçalves (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010). Entende-se por “popular”, programas de alta audiência, em especial nas classes C e D, segmento bastante explorado pelo Grupo Silvio Santos (MIRA, 2010). Ao longo da monografia, todo esse processo será esmiuçado.

¹⁴ Utilizamos a palavra hegemonia para destacar o domínio econômico da TV Globo em relação às outras emissoras de televisão no Brasil. Em 2013, segundo o portal *Notícias da TV*, a receita líquida total da TV Globo (e suas afiliadas) foi de R\$ 11,5 bilhões. A TV Record, segunda maior emissora do país em faturamento, teve receita de R\$ 2,25 bilhões no mesmo ano. Dados disponíveis em: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/lucro-da-globo-e-maior-que-todo-o-faturamento-anual-da-record-2815>.

De maneira geral, o objetivo desse trabalho é refletir com o leitor a respeito da importância do animador de auditório e sua influência na televisão brasileira. Será mostrado o caminho percorrido pelo apresentador para manter-se no ar até hoje, analisaremos com isso as bases de sua carreira circense e radiofônica, a sua trajetória dentro do contexto histórico da televisão brasileira e seu impacto no surgimento de outros programas de auditório.

2 O PERSONAGEM DESTA HISTÓRIA

2.1 CAMELÔ, RADIALISTA E ARTISTA DE CIRCO

Senor Abravanel, nome de batismo do artista, começou a trabalhar nas ruas do Rio de Janeiro como camelô aos quatorze anos de idade. Silvio achava que não podia viver a custa dos pais e que os salários nas casas comerciais e nas repartições públicas era muito baixo. Em depoimento a Arlindo Silva, na biografia *A Fantástica História de Silvio Santos*, o apresentador conta como ingressou na profissão:

Eu ia passando pela avenida Rio Branco quando vi um homem gritando, vendendo capinhas de plástico para colocar os títulos de eleitor. Ele vendia aquilo com enorme facilidade. Todo mundo comprava aqueles porta-títulos por 5 cruzeiros. Quando o camelô acabou de vender uma remessa de carteirinhas, saí atrás dele, de mansinho, para ver onde ele ia buscar mais. Ele comprava as carteiras no atacado, em uma loja da rua Buenos Aires. E ganhava mais de 50% com a venda aos transeuntes, na avenida. Assim que ele se afastou da loja, entrei e comprei uma carteirinha por 2 cruzeiros. Vendi-a na avenida dizendo que era a última. Fui buscar mais duas. Coloquei uma no bolso e sacudi a outra no ar dizendo que era a última. Vendi-a rapidamente. Em seguida, dei alguns passos, disfarcei, demorei alguns instantes e tirei outra do bolso: ergui-a e disse que era a última. Vendi-a sem demora. Então fui até a loja fornecedora e comprei outras. Vendi todas. Depois, mais e mais. E foi assim que me tornei camelô. (SILVA, 2000, p. 19)

Estreou no rádio aos quatorze anos de idade, em 1945, após ser aprovado em um concurso de calouros na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Ganhando pouco, optou por continuar camelô e foi nas ruas que Silvio Santos começou a testar seu poder de comunicação com o público. As brincadeiras no palco, as explicações sobre o funcionamento dos produtos, tudo o que seria feito com os carnês do *Baú da Felicidade* começou a ser feito com canetas e títulos de eleitor na Avenida Rio Branco, no Rio de Janeiro.

Como eu achava que conquistar o público só na fala seria um pouco difícil, aprendi algumas manipulações de moedas e de baralhos. Quando eu começava com aquelas manipulações, com aquelas mágicas, primeiro paravam umas crianças e ficavam olhando. Depois vinham os desocupados. Por fim, toda gente. E eu lá, garoto bem falante, começava a apregoar as qualidades das canetas, a explicar o seu funcionamento, como se montava ou desmontava, como se substituía a bombinha de borracha ou a pena. E dava o preço. [...] Por diversas vezes os jornais publicaram reportagens sobre o garoto que conseguia prender diante de si um público enorme. [...] Eu tinha realmente poder de comunicação. E com esse poder de comunicação ganhava por dia o equivalente a quase cinco salários mínimos, que naquele tempo era de 200 cruzeiros antigos. (SILVA, 2000, p. 20)

Silvio Santos só assinou seu primeiro contrato de trabalho e passou a seguir carreira artística em 1954, quando foi contratado pela Rádio Nacional de São Paulo.

As maiores influências do animador à época eram os radialistas César de Alencar e Heber de Boscoli.

O Heber dizia: 'Quem é que está com um sapato da Cedofeita no pé?'. Aí todo mundo respondia: 'Eu, eu, eu!'. 'Quem é que trouxe talãozinho?'. 'Eu, eu, eu!'. Então aquele bate-papo que o Heber de Boscoli tinha com o auditório e aquela maneira como o César de Alencar falava é praticamente a maneira como eu falo hoje. Assim, o Heber de Boscoli e o César de Alencar tiveram muita influência na minha vida profissional, na minha vida de animador de programas. (SILVA, 2000, p.24)

Além do rádio, as apresentações circenses também influenciaram a forma como o apresentador fala com o público. Também em depoimento a Arlindo Silva, Silvio Santos relembra essa influência:

Em geral, quando eu chegava no circo o público estava impaciente e aborrecido porque estávamos sempre atrasados. Fazíamos dois ou três shows diferentes por noite. Então, como chegávamos atrasados, eu tinha de conversar com o público, dizer para os espectadores que não ficassem aborrecidos conosco porque tínhamos feito outro show antes, para ganhar um pouco mais, e dali iríamos para outro show, porque aquela era a nossa vida. Conseguia sensibilizar o público e, muitas vezes, as pessoas acabavam batendo palmas para o nosso heroísmo. O público me ouvia com toda atenção e eu percebi que tinha muita facilidade para me comunicar com ele. Daí surgiu o animador. (SILVA, 2000, p.31)

O rádio e o circo acabaram sendo as principais marcas constitutivas de seus programas de auditório: a apresentação de calouros, os musicais, os prêmios, o caráter festivo, a oralidade na fala direta entre animador e auditório-público, em alguns casos até a presença de mágicos e animais circenses. Silvio Santos fez na TV, o seu circo eletrônico¹⁵.

Assimilando elementos do circo e da festa popular, os programas de auditório acabam se tornando uma síntese, “uma nova modalidade de espetáculo de palco”, que Tinhorão descreve como uma “mistura de programa radiofônico, show musical, espetáculo de teatro de variedades, circo e festa de adro” (TINHORÃO apud MIRA, 1992, p. 125)

2.2 A PRIMEIRA EMPRESA: O BAÚ DA FELICIDADE

Em 1959, ano em que Silvio Santos registrou sua primeira empresa¹⁶, o animador de auditório já trabalhava na Rádio Nacional com Manoel de Nóbrega, famoso radialista

¹⁵ O termo “circo eletrônico” foi utilizado por Maria Celeste Mira em sua obra *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*. Nela, a autora compara as atrações do apresentador na televisão com um circo à domicílio.

¹⁶ A empresa que se tornou popular com o nome fantasia *Baú da Felicidade*, teve seu primeiro registro com o nome de *Distribuidora Ali Ltda*. Ao assumir o controle da empresa, Silvio Santos optou por fazer um novo registro, sua primeira firma individual, com seu próprio nome de batismo: *Senor Abravanel*. De acordo com o registro do Tabelionato de Ibirapuera, a empresa começou a funcionar em 16 de fevereiro de 1959. Em 28 de junho de 1963, a empresa ganhou um “nome próprio” e passou a se chamar *BF Utilidades Domésticas e Brinquedos*, conhecida nacionalmente como *Baú da Felicidade* (SILVA, 2000, p. 37).

responsável por lançar diversos artistas em início de carreira como: Carlos Alberto de Nóbrega, Ronald Golias e o próprio Silvio Santos. Muitos pensam que o *Baú* começou com Silvio Santos, mas não, o negócio havia começado dois anos antes com Walter Scketer e Manoel de Nóbrega.

O modelo de negócio do *Baú da Felicidade* consistia no pagamento mensal de um carnê, com o qual ao final do ano, o cliente teria direito a receber em troca um baú de brinquedos. A ideia e o negócio foram todos bancados por Walter Scketer, enquanto Manoel de Nóbrega seria responsável por anunciar o *Baú da Felicidade* na Rádio Nacional.

O primeiro ano do *Baú* foi desastroso: apesar do sucesso de vendas, ao final do ano, Walter Scketer, a quem Silvio Santos se refere em seu depoimento como “alemão”, em função de sua nacionalidade, disse que havia perdido todo o dinheiro dos compradores. Foi neste momento que Manoel de Nóbrega recorreu a Silvio Santos, para ele ir à sede do *Baú* acalmar os compradores e dizer que o dinheiro devido seria pago pelo próprio Manoel.

E o Nóbrega ficou em uma situação muito difícil. [...] Então ele telefonou para a pensão onde eu morava, naquela ocasião, na rua 13 de maio, na Bela Vista, e me disse: “Olha Silvio, você vai me fazer um grande favor. Peço que fique lá no Baú e a todo mundo que vier reclamar diga que não vá aos jornais, que não vá as revistas e que eu estou pronto para repor a quantia que cada um teve de prejuízo.” [...] Quero deixar bem claro que o Nóbrega havia sido traído, havia sido roubado pelo alemão, que sumiu com o dinheiro, sumiu com tudo! (SILVA, 2000, p. 34)

E Silvio Santos começou a trabalhar no *Baú da Felicidade* desta forma. Após regularizar os débitos da companhia e da saída do próprio “alemão” da empresa, Silvio propôs sociedade a Manoel de Nóbrega e fez modificações no modelo de negócio.

A primeira coisa que fiz foi acabar com o Baú da Felicidade. Não a firma, é claro, mas a caixa em que os presentes eram embalados. Esse tal baú parecia um caixão de defunto, porque era de veludo. Um baú de veludo bordô, que dava uma péssima impressão, porque parecia, de fato, um caixão mortuário. Outra coisa: os vendedores tapeavam muito, diziam que o cliente ia receber uma boneca do seu próprio tamanho, um caminhão de corda, uma bola nº 5. Achei que o Baú, daquela forma, não funcionaria. Foi aí que passei a vender brinquedos em catálogo. A pessoa escolhia o brinquedo que queria, pagava mensalmente, e no fim do ano recebia o brinquedo que escolhera. Passei, também, a exercer uma vigilância maior sobre os vendedores. Cada vendedor que fazia uma falcatrua, que fazia coisa errada, eu mandava embora e, se ele insistisse, eu mandava prendê-lo. (SILVA, 2000, p. 36)

A empresa cresceu e começou a vender outros objetos, além de brinquedos, como louças e utensílios domésticos. À medida que a empresa se expandia, também era necessário um investimento maior em capital: Silvio Santos fechou um negócio envolvendo 40 mil bonecas da *Estrela* e 20 mil jogos de jantar da marca *Nadir Figueiredo*. Nóbrega optou por sair do negócio e deixar a empresa com Silvio Santos.

Olha Silvio, eu nunca fui ao Baú, nem com o alemão e nem com você. Acho que qualquer dinheiro que o Baú possa me dar é desonesto, porque eu nunca fiz nada pela firma, a não ser os anúncios. Como você é um rapaz corajoso demais, eu tenho medo que você possa, um dia, fazer um negócio muito grande – como esse que está fazendo com a Estrela e com a Nadir Figueiredo – e com seu entusiasmo, dê uma cabeçada. [...] Então, já que eu não tenho nenhuma intenção de ser o dono do Baú, é melhor que você fique com ele. (SILVA, 2000, p. 36-37)

Nóbrega saiu do *Baú* e Silvio tinha um estoque com 40 mil bonecas e 20 mil jogos de jantar para vender. A solução encontrada pelo animador foi o embrião do que Silvio faria na TV a partir de 1962: transformar o *Baú da Felicidade* em um show de prêmios.

Então reuni novamente aquela minha turma, a que fazia shows em circos, e começamos a fazer show em praça pública, na capital, sorteando prêmios. A pessoa que comprava um carnê do Baú recebia um talãozinho numerado e concorria, no mesmo local, a prêmios. Naquele ano consegui, fazendo quase um show diário, um dia em cada praça, promover o Baú, vender os carnês. No final do ano, havia vendido as 40 mil bonecas da Estrela e saíra da lama. Paguei todo mundo. O Baú já havia ficado conhecido em todos os bairros, porque era um show por dia. Passei a fazer mais propaganda em rádio e comecei a me organizar. (SILVA, 2000, p. 38)

Tudo começou com o *Baú*. Financeiramente, foi o *Baú da Felicidade* que fez Silvio Santos abrir outras empresas. Já que o Baú sorteava carros, Silvio abriu uma concessionária, a *VIMAVE V. Maria Veículos LTDA*; como o Baú sorteava casas, Silvio abriu uma construtora de imóveis, a *Baú Construtora LTDA*. Artisticamente, todo o conceito de show de prêmios visto em programas do animador seguiu o mesmo estilo do que foi feito em praça pública para as vendas dos carnês do *Baú*. A diferença é que, a partir de agora, a TV seria a praça pública de Silvio Santos.

2.3 DO BAÚ PARA A TV

Após estreiar em 1961, na TV Paulista, com o programa *Vamos brincar de forca*; em 1962, Silvio Santos passou a apresentar suas atrações aos domingos: era criado então o *Programa Silvio Santos*. A ideia era levar para a televisão tudo o que vinha sendo feito fora das telas: a distribuição de prêmios, as brincadeiras simples, o bom humor. Tudo isso fica claro quando analisamos os programas de prêmios de Silvio Santos: *Tentação*, *Roda a Roda*, *Pra Ganhar, é só Rodar*. Todos foram programas de prêmios exclusivos para clientes do *Baú da Felicidade*. Bastava comprar o carnê para ir ao programa brincar e concorrer aos prêmios. Até mesmo alguns artistas que trabalharam no circo com o apresentador, continuaram com ele na TV, como Ronald Golias e Carlos Alberto de Nóbrega.

Então estreei um programa de shows, brincadeiras e prêmios, com base no Baú da Felicidade, que começava ao meio-dia e ia até as duas da tarde. Chamava-se Programa Silvio Santos. Em pouco tempo, tomou conta das tardes de domingo. (SILVA, 2000, p. 38)

O programa crescia de audiência a cada ano. É possível notar esse crescimento quando comparamos o depoimento de Luciano Callegari, chefe da equipe de produção do programa no ano de sua criação, com os índices conquistados pelo programa em 1969, ano da chegada do homem à Lua.

Quando o programa começou, os índices eram um, dois, um, dois. Não havia praticamente um público de televisão. Não nos esqueçamos de que isso ocorreu há 38 anos. Com o passar dos anos, fomos conquistando índices melhores: sete, oito, nove. O programa ganhava força, crescia. Essa subida representava, semanalmente, uma nova emoção e a sensação de uma nova vitória. (SILVA, 2000, p.51)

Para avaliar a força de Silvio Santos, já naquele tempo, como apresentador de programa de auditório, vale lembrar a comparação bem curiosa feita pela revista *Realidade*: No dia 20 de julho de 1969, quando os astronautas da Apollo XI, Neil Armstrong e Edwin Aldrin, pisaram no solo da Lua, a televisão estava lá, transmitindo direto e em cores, de uma distância de 384 mil quilômetros, para 5 milhões e meio de telespectadores, em todo o mundo. A audiência desse espetáculo histórico, no Grande Rio e na Grande São Paulo, foi de 41,4%. Pois bem: três dias depois, com o programa *Cidade Contra Cidade*, na Rede Tupi, Silvio Santos obteve 40,4% de audiência, apenas 1% a menos que o fantástico show da Lua. E no domingo seguinte ao espetáculo da Lua, o Programa Silvio Santos, na TV Globo, obteve 38,8%. A revista *Realidade*, uma das mais importantes do Brasil na época, registrou essa comparação para afirmar que, até então, os programas de Silvio Santos só haviam perdido para ‘um acontecimento de outro mundo’. (SILVA, 2000, p.53)

2.4 DÉCADA DE 1970: A TV BRASILEIRA TENTA “MUDAR DE IMAGEM”¹⁷

O início dos anos 1970 representou uma virada na televisão brasileira. Em 1976, após quase dez anos na TV Globo¹⁸, Silvio Santos saiu da emissora de Roberto Marinho. Se antes, os programas de auditório eram soberanos, a década de 1970 foi marcada pela decadência desses formatos, em razão de seu suposto baixo nível.

No início dos anos 70, ‘grandes números’ na televisão não significavam apenas sucesso. Rivalizar com a chegada do homem à Lua podia, muitas vezes, ser sinônimo de ‘apelação’, de falta de escrúpulos. Os concursos que

¹⁷ A expressão popular “mudar de imagem” foi traduzida por Ana Paula Goulart e Igor Sacramento como “renovação estética da TV” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 109), um período onde “as emissoras começaram – em nome de um projeto estético ‘positivo e respeitável’ - a investir num novo tipo de programação, buscando marcar uma ruptura com o modelo anterior e se apresentar como moderna” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 118-119). Por esta razão este período é chamado de modernização da televisão brasileira.

¹⁸ Em 1966, a TV Paulista, canal onde Silvio Santos apresentava o seu programa, foi adquirida pela Rede Globo de Televisão. Sendo assim, Silvio Santos foi exibido pela TV Globo entre 1966 e 1976 (SILVA, 2000).

escolhiam o mais feio, o maior nariz ou a mulher mais gorda estavam entre os principais resultados pelas altas audiências. A televisão, curiosamente, era então comparada a 'um supercamelô, cujo único objetivo é vender'. Um 'supercamelô' que havia acabado de descobrir seu real poder de comunicação. (MIRA, 1992, p. 30)

Após pressão por parte da crítica especializada, dois dos maiores canais da época, Globo e Tupi, assinaram um protocolo de autocensura em que coíbiam abusos na guerra pela audiência. A assinatura de tal protocolo associado à intervenção governamental que exigia que todos os programas de auditório fossem gravados e submetidos à censura, fez com que os principais animadores de auditório fossem perdendo espaço: Dercy Gonçalves foi demitida da Globo, em 1970; Chacrinha saiu da mesma Globo, em 1972; Flávio Cavalcanti, da Tupi, em 1973; Hebe Camargo desligou-se da Record, em 1974; Silvio Santos não teve renovado seu contrato de concessão de horário com a Globo, em 1976, após uma já difícil renovação em 1971.

Havia uma convicção generalizada de que a concorrência desenfreada é que estava gerando o 'baixo nível'. As emissoras envolvidas, a Globo e a Tupi, antecipando-se às medidas governamentais que supostamente seriam tomadas em relação ao caso, assinaram um 'protocolo de autocensura', que visava limitar os abusos ou excessos cometidos na luta pela audiência. Finalmente, 'a TV concordava em mudar a imagem', aplaudiu a crítica. Os principais pontos do documento, amplamente divulgado, eram a proibição de apresentar pessoas portadoras de deformações físicas, morais ou mentais; explorar a superstição, bem como qualquer forma de charlatanismo; provocar falsas polêmicas entre os profissionais de TV; promover a apresentação de quadros (com ou sem prêmios) que explorasse a miséria e tragédia humanas; e apresentar números que colocassem em risco a integridade física do público ou do executante. (MIRA, 1992, p. 37)

Foi neste contexto que Silvio Santos buscou a concessão de seu próprio canal de TV, aonde não dependeria de nenhuma outra emissora para colocar seu programa no ar.

2.5 UMA EMISSORA À IMAGEM E SEMELHANÇA DO DONO

A disputa pela sua primeira concessão de radiodifusão não foi fácil: seria necessário descolar a imagem de um ex-camelô e apresentador brincalhão de um empresário sério, dono de um grupo de empresas que poderia dar suporte a uma nova emissora de televisão. Em depoimento a Maria Celeste Mira, Arlindo Silva, biógrafo e ex-assessor de imprensa de Silvio Santos relatou essa dificuldade.

Talvez seja difícil admitir que um animador alegre, brincalhão, que canta, que dança, que diz piadas, que beija calouras no palco e chama as moças do auditório de 'minhas colegas de trabalho', talvez seja difícil admitir que um homem assim possa, por outro lado, ser um diligente e progressista empresário. (MIRA, 1992, p. 29)

Pesava contra o animador, a imagem de seu programa. A televisão dos anos 1970, aos olhos do governo deveria atender a Doutrina da Segurança Nacional que era pautada por “um cristianismo conservador, tendo a família, a religião católica, a pátria, o trabalho, a moral e os bons costumes como pilares de conduta” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 116). Esse problema fica claro quando analisamos a fala de Hygino Corsetti, então Ministro das Comunicações, em maio de 1972, a respeito do *Programa Silvio Santos*.

No dia 15 de maio de 1972, uma matéria da revista *Veja* intitulada “As normas da boa conduta” trazia as opiniões, de Hygino Corsetti sobre a qualidade televisiva e a necessidade urgente de mudanças. O então ministro das Comunicações assumiu que a baixa qualidade dos programas de auditório era a maior preocupação do governo em relação à televisão e afirmou: “Não é que os programas de Flávio Cavalcanti, do Chacrinha e do Silvio Santos não prestem. Mas poderiam ser bem melhores”. Corsetti apontou como o pior exemplo a longa duração do programa de Silvio Santos: “Se o Silvio assistir às dez horas do seu programa, verá como ele é chato”. O ministro ainda propôs um formato ideal para o programa: “Não seria bem melhor ele intercalar o programa com apresentações de alto nível? Como um balé de Villa-Lobos (*O Descobrimento do Brasil*) como eu assisti outro dia no Municipal. Um espetáculo que não cansa, é bonito”. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 119)

Apesar do crescimento econômico do grupo Silvio Santos, que em 1975 chegou a 20 empresas (MIRA, 1992), era necessário que essa informação fosse levada ao grande público. Para isso foi feito um forte trabalho de assessoria de imprensa, que culminou na conquista do canal 11 do Rio de Janeiro e no início do trabalho de Arlindo Silva, biógrafo do animador, citado nesse trabalho, com Silvio Santos. Salathiel Lage, que na época também integrava a assessoria de imprensa, contou em depoimento a Maria Celeste Mira as dificuldades desse trabalho, em especial em relação à busca pelo reconhecimento da revista *Veja*, uma das mais tradicionais revistas semanais brasileiras.

“Foi em maio de 75. Silvio Santos foi capa da *Veja*. Depois de seis meses... A gente ia semanalmente com ‘press-releases’ na mão pro editor de economia da *Veja*, e falava assim: ‘Olha os resultados aqui das empresas, olha aqui o nosso orçamento, olha aqui quantos empregados a gente contrata cada mês que passa, olha aqui quanta gente depende da gente e olha aqui que o salário não atrasa nem um dia. O Silvio é um sujeito sério, quer ver? Vai lá verificar. Nós abrimos até as empresas pr’uma auditoria, se for preciso’. Então, foi um trabalho seríssimo e a *Veja* captou o desafio.” [...] Nessa matéria, e nas outras da época, se trava um verdadeiro combate entre a figura do animador e a do empresário. O animador é brincalhão, mas o empresário é sério. A importância da matéria da *Veja* foi colocar num espaço mais legítimo, para um público mais “culto” ou mais intelectualizado, um discurso que já vinha sendo produzido pela assessoria do empresário, sem, no entanto, conseguir atingir esse canal. (MIRA, 1992, p. 26-27)

A concessão saiu em 22 de outubro de 1975, menos de seis meses após a capa da *Veja*. Em 1976, entrava no ar a TV Studios Silvio Santos (TVS), primeira estação de televisão do

empresário, que em 1981, ao se juntar com outras emissoras concedidas pelo Governo Federal, formaria o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). E foi justamente no SBT, que muitos desses animadores e formatos populares voltariam ao ar. De todos os citados acima, apenas Chacrinha não passou pela emissora.

as produções tinham o sentido de uma restauração do passado. Para a TVS representavam uma estratégia mercadológica clara: conquistar para os outros horários da programação um público fiel ao animador Silvio Santos. Para todos, a certeza de ser popular. [...] A TVS de São Paulo, ao se tornar a cabeça de uma nova rede, já não era mais o canal do Silvio Santos, mas a história viva (ou revivida) da televisão brasileira. Não a história toda. Apenas uma parte: exatamente aquela que não encontrara lugar nos padrões vigentes da década de 1970. (MIRA, 1992, p. 109-110)

A saída de Silvio Santos da Globo e a falência da TV Tupi¹⁹, colocaram o SBT como principal ponto antagônico a Globo no mercado televisivo. E isso não se deu apenas em posição de audiência, mas também em padrões estéticos: o SBT passou a representar o “popular”, enquanto a Globo criava o seu padrão de qualidade.

Isso mesmo: Silvio Santos tinha um programa na TV Globo. E boa parte da história da televisão brasileira pode ser contada a partir da separação entre o animador de programas de auditório, com forte penetração em São Paulo e junto às classes populares, e a emissora carioca. (MIRA, 2010, p. 160)
Nesse processo de construção de um novo padrão estético, os apresentadores dos programas de entretenimento mais populares começaram a perder espaço e foram sendo afastados. A Globo passou a privilegiar os programas pré-gravados, possíveis de um controle interno mais rigoroso. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 116)

Entende-se por “popular”, programas de alta audiência, em especial nas classes C e D, que ficaram excluídos do processo de modernização implantado pela TV Globo. Muitos deles encontraram espaço no SBT como: *O Povo na TV* e o próprio *Programa Silvio Santos*. Maria Celeste Mira dissertou em *O moderno e o popular na TV de Silvio Santos* sobre essa escolha de segmento:

Uma das razões do sucesso do Grupo Silvio Santos é que ele percebeu a existência de um mercado de consumo popular, investiu e lucrou com esse filão ao longo dos anos 1960-1970. Na segunda metade da década, o Grupo penetrou nesse “espaço vazio” também no âmbito do imaginário. Um espaço que o projeto Rede Globo deixou em aberto quando optou por uma linha de programação que respondia, basicamente, aos anseios da classe média em ascensão a partir do final dos anos 1960. (MIRA, 2010, p.166-167)

A ideia de que o SBT representava “aquilo que o público gosta” era literal, como pode ser lida no depoimento de Carlos Alberto de Nóbrega a Maria Celeste Mira, em 1992, ano no

¹⁹ Primeira emissora da história do Brasil, a TV Tupi foi à falência em 1980. Antes da criação da Rede Globo, a Tupi foi líder de audiência no país e possuía a época de sua falência uma rede com sete emissoras associadas. Duas delas: a TV Tupi de São Paulo e a TV Piratini de Porto Alegre, foram concedidas a Silvio Santos pelo Governo Federal após a falência da emissora criada por Assis Chateaubriand (SILVA, 2000).

qual Carlos Alberto de Nóbrega, além de redator-chefe de *A Praça é Nossa*, era diretor artístico do SBT.

Eu faço exatamente aquilo que o público gosta... Eu não faço questão que ninguém diga que eu sou o redator mais inteligente, mais culto do mundo. Absolutamente. Eu sou um profissional, eu estou aqui para trabalhar, para ganhar o meu dinheiro. Não estou para mudar a mentalidade de ninguém, de mudar nada. Eu não tenho filosofias de vida, essas coisas não. (MIRA, 1992, p. 98-99)

Da mesma forma que a TV Globo foi precedida pelo jornal *O Globo*²⁰, e, conseqüentemente, tem no jornalismo um dos seus pilares de programação, o SBT nasceu de um programa de auditório popular, o *Programa Silvio Santos*²¹, e conseqüentemente, teve nesse formato e nesse segmento muitas de suas atrações ao longo de sua história, como o *Viva a Noite* e o *Domingo Legal*, programas de auditório populares apresentados por Gugu Liberato.

²⁰ Em *O Livro do Boni*, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, executivo da TV Globo entre 1967 e 1997, afirma: “A TV Globo foi planejada pelo dr. Roberto para ser uma continuação do jornal *O Globo*”. (SOBRINHO, 2011, p. 175)

²¹ Em depoimento a Maria Celeste Mira, Ricardo Amorim dos Santos, diretor do SBT, disse: “tudo veio do *Programa Silvio Santos* e de seu enorme faturamento” (MIRA, 1992, p. 93).

3 O SUCESSO FORA DA GLOBO

3.1 A HEGEMONIA DA TV GLOBO

Criada em 26 de abril de 1965, a TV Globo é hoje a maior emissora do país e a segunda maior televisão comercial do planeta²². Nascida como braço televisivo do jornal *O Globo*, a emissora de Roberto Marinho criou seu padrão de qualidade no final da década de 1960 e início da década de 1970 tendo como principais executivos: José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, jovem profissional de comunicação com passagens por TV Tupi, TV Rio e TV Excelsior; Walter Clark, também advindo da TV Rio; e Joe Wallach, executivo da *Time Life*, empresa norte-americana que investiu na TV Globo em seu princípio.

Juntos, Boni e Clark estruturaram na emissora uma grade de programação, segundo o conceito já utilizado na TV Excelsior. Seguiam os princípios de horizontalidade e de verticalidade: o primeiro consistia na reserva de horário para determinados programas ao longo da semana, e o outro dizia respeito à organização diária em diferentes faixas de horário: de manhã, programação infantil; à tarde, programas femininos; e, à noite, telejornal e telenovelas. Essas práticas permitiram a sistematização e o aumento da venda de espaço publicitário, além da fidelização do público. Foram Boni e Walter Clark que tiveram a ideia de levar ao ar no horário nobre um telejornal (o *Jornal Nacional*) intercalado por duas novelas. Também foi obra desses executivos a estruturação do núcleo de novelas da TV Globo e a criação de diversos programas de grande sucesso, como o *Fantástico* e o *Globo Repórter*, ambos de 1973, já frutos da desejada televisão nacional de qualidade. As mudanças propostas por eles levaram a TV Globo ao primeiro lugar na audiência e foram, aos poucos, consolidando a sua liderança absoluta. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 112)

Apesar de no início recorrem a programas populares em sua grade de programação, como os apresentados por Dercy Gonçalves e Silvio Santos, a TV Globo apresentou ao longo dos anos uma programação pautada por novelas com textos 100% nacionais, ao contrário das adaptações estrangeiras comuns na TV até a década de 1960²³; e jornalismo. Além desses dois

²² O fato foi noticiado em maio de 2012 por inúmeros jornais e sites especializados, dentre eles: o site do *Jornal do Brasil* e o portal *Comunique-se*. O critério utilizado para medição foi o de faturamento publicitário. A liderança pertence à rede americana *American Broadcasting Company* (ABC). Em 2013, como já citamos anteriormente, segundo o portal *Notícias da TV*, a receita líquida total da TV Globo (e suas afiliadas) foi de R\$ 11,5 bilhões. A TV Record, segunda maior emissora do país em faturamento, teve receita de R\$ 2,25 bilhões no mesmo ano.

²³ Quando Boni chegou a TV Globo em 1967, a emissora possuía apenas uma autora de novelas, a cubana Glória Magadan. As primeiras novelas lançadas pela autora foram adaptações de obras estrangeiras, por exemplo: a telenovela *A sombra de Rebecca*, era inspirada na ópera *Madame Butterfly* e no romance *Rebecca*, de Daphne du Maurier; *A Rainha Louca*, era baseada no romance *Memórias de um médico*, de Alexandre Dumas; e *Anastácia, a mulher sem destino*, foi baseada no filme *Anastácia, a princesa esquecida*. Essa última obra foi escrita por Emiliano Queiroz, autor recém-lançado por Glória Magadan. Mesmo assim a novela teve supervisão da autora cubana. (SOBRINHO, 2011). Com a chegada de Janete Clair à emissora carioca, no meio da novela *Anastácia*,

pilares, a emissora investiu em conceitos inovadores para televisão da época: a horizontalidade e a verticalidade na programação; o conceito de rede, onde a programação da Globo seria transmitida ao mesmo tempo para todo o país; e o planejamento estratégico, pensado a longo prazo.

As estratégias e práticas de produção das concorrentes (TV Record, TV Rio e TV Tupi) eram relativamente improvisadas. Os investimentos eram destinados aos programas que tinham bons índices de audiência, como os festivais da canção, os musicais e os humorísticos, todos mantidos no ar até o ponto de saturação total para que pudessem render o máximo possível. Mas, se um programa não emplacasse, era logo retirado do ar. A Globo, ao contrário, se preocupou com a formação de uma mentalidade de planejamento a longo prazo. Isso tinha como implicação a necessidade de se bancar os riscos de fracasso de alguns programas em nome de um movimento ascendente, porém estável, de audiência e de conquista da publicidade. Significava também a eventual necessidade de tirar do ar um programa bem-sucedido para que sua fórmula não desgastasse. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 112-113)

A possibilidade da transmissão de TV em rede nacional também foi um fator fundamental para o crescimento da TV Globo. Anteriormente as emissoras funcionavam apenas localmente, como por exemplo: a TV Rio, de onde vieram Boni e Clark, que era uma emissora local do Rio de Janeiro; e a TVS, lançada por Silvio Santos em 1976, que alcançava apenas a capital carioca. Em *O Livro do Boni*, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho afirma que a ideia era transformar a TV Globo em um veículo de abrangência nacional e a partir daí mudar completamente a sua comercialização e a qualidade de seus programas.

Em 1957, ao voltar do meu estágio nos Estados Unidos, estava claro para mim que a operação em rede era o único caminho possível para melhorar a produção, permitir o aumento dos investimentos em tecnologia e diluir os custos, oferecendo às agências e aos anunciantes um veículo audiovisual de abrangência nacional. [...] Não se tratava apenas da preocupação em ter programas nacionais e recursos para a produção, mas de criar uma nova forma de comercializar nacionalmente e servir o mercado publicitário de forma mais eficiente. E o indispensável para isso era fazer uma programação de qualidade, atrações constantes, informação, serviço e responsabilidade social. (SOBRINHO, 2011, p. 190-191).

A estratégia de integração nacional do governo militar favoreceu a formação da rede. Apesar de o conceito comercial já estivesse na cabeça dos executivos da Globo, era necessário um investimento na tecnologia por transmissão de micro-ondas para que a rede se formasse. Em 1965, o governo militar inaugurou a Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL) e possibilitou, a partir de 1969, que as estações de televisão propagassem sua

a princesa esquecida, a Globo passou a ter novelas com textos nacionais, como *Véu de Noiva* (1970) e *Irmãos Coragem* (1971); e novos autores como: Dias Gomes, Benedito Ruy Barbosa e Walther Negrão.

programação por micro-ondas e a transmitissem em rede. A TV Globo foi pioneira no sistema, estreando em 1º de setembro de 1969, o *Jornal Nacional*.

A primeira edição do *Jornal Nacional* terminou com o apresentador Cid Moreira anunciando para a breve integração do circuito de Brasília e Belo Horizonte ao telejornal. E, antes de finalizar com a saudação de boa noite, afirmou: “É o Brasil ao vivo aí na sua casa”. A frase sintetizava com perfeição o espírito do telejornal que inaugurou o sistema de rede no país. [...] O *Jornal Nacional* surgiu perfeitamente integrado ao processo de modernização da linguagem da televisão brasileira, e sobretudo da Globo, nos anos 1970. Estava igualmente sintonizado com as preocupações empresariais que marcaram a instauração de uma nova racionalidade da produção televisiva, adequada a um contexto de integração nacional. Seguindo essa lógica, depois da Globo do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Belo Horizonte, outras estações de TV foram se integrando à rede, como as de Brasília (1971) e Recife (1972). Com essas aquisições, também vieram dezenas de afiliações de outras emissoras espalhadas pelo Brasil. O número de aparelhos de TV existentes no país até outubro de 1975, como informa a revista *Mercado Global* de dezembro daquele ano, era de 10,5 milhões, e 97% deles já faziam parte da área de cobertura da Rede Globo. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 115-116)

É válido observar que o *Jornal Nacional* não se destacava apenas por ser transmitido em rede e, conseqüentemente voltado para todo o país, mas também por ter sido um dos primeiros telejornais a apresentar uma linguagem televisiva que diferia do jornalismo radiofônico.

Antes de se tornarem nacionais, os telejornais brasileiros eram programas bastante simples, já que não havia infraestrutura tecnológica e o *know-how* necessários para informar sobre os fatos com eficiência e agilidade. Contando com raras reportagens externas, praticamente se limitavam à narração de notícias dentro de um estúdio por um apresentador. Esses profissionais eram conhecidos como “locutores”, o que demonstra a forte ligação do jornalismo televisivo com o radiofônico. [...] É importante sublinhar, entretanto, que não foi apenas por ser exibido em rede que o “Jornal Nacional” se diferenciou de outros telejornais. O telejornal adotava um conceito de jornalismo diferente. Era produzido para a família brasileira, reunida no ambiente doméstico e usava uma linguagem mais direta e coloquial, bastante distante do modelo radiofônico dos primeiros programas, caracterizada por uma locução em voz grave e tom sério. Suas manchetes eram, em geral, curtas e rápidas. O texto era lido alternadamente por dois apresentadores de forma ágil e dinâmica. O “Jornal Nacional”, além disso, apresentava mais matérias testemunhais, com a voz dos entrevistados. Além das imagens cobertas com o áudio do locutor, o telejornal também inseria o chamado “som direto”, o depoimento da pessoa falando, praticamente inexistente no “Repórter Esso” e nos noticiários das outras emissoras. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 113-115)

O planejamento estratégico, a transmissão em rede nacional, os investimentos em novelas nacionais e jornalismo, e a construção de uma grade sólida e estável transformaram a TV Globo na maior emissora do país e na segunda maior televisão comercial do planeta, como foi citado no início desse capítulo.

3.2 SILVIO SANTOS NA GLOBO

Antes da concessão de sua própria emissora de televisão, Silvio Santos sempre foi concessionário de horário nas emissoras onde apresentava os seus programas, isto é, o apresentador pagava a emissora exibidora um valor correspondente ao aluguel daquele determinado horário. O apresentador, na prática, nunca foi funcionário de nenhuma emissora de televisão: ou era dono do horário ou dono da emissora.

Em 1966, a TV Paulista, emissora onde Silvio apresentava o *Programa Silvio Santos*, foi adquirida pela recém-criada TV Globo. A partir deste momento até 1976, o *Programa Silvio Santos* seria exibido pela emissora de Roberto Marinho (SILVA, 2000). Apesar da posterior saída da TV Globo, Silvio Santos era líder de audiência e foi fundamental para que a emissora carioca conseguisse promover seus novos programas, ainda não consolidados em sua primeira década de existência. Em sua autobiografia, Boni afirmou:

Quando uma emissora não tem audiência é difícil promover seus próprios programas pela falta do que chamamos internamente de “alto-falante” ou “trombone”. Logo, é preciso encontrar saídas para isso, sem as quais, mesmo com boas atrações, nenhuma emissora consegue decolar. Silvio Santos nos ajudou muito veiculando algumas chamadas em seu programa, que era líder absoluto de audiência. (SOBRINHO, 2011, p. 226)

3.3 SAINDO DA TV GLOBO

Como foi citado no segundo capítulo deste trabalho, a década de 1970 foi marcada pelo processo de modernização da televisão brasileira. Todo esse processo foi resultado de uma pressão governamental baseada na doutrina da Segurança Nacional, críticas por parte da mídia e da própria TV Globo, que já buscava uma reestruturação de sua grade de programação, como vimos acima. Se por um lado, o governo federal ajudou todas as emissoras de televisão a transmitirem em rede para todo o país, e conseqüentemente a aumentarem seus ganhos publicitários²⁴, cabia agora a essas emissoras, eliminarem os programas considerados grotescos ou de baixo nível.

No entanto, a televisão em rede nacional não poderia mais ser dominada – segundo a orientação do Estado – por programas considerados grotescos e de baixo nível. Era preciso ter uma programação que formasse o cidadão segundo a doutrina de Segurança Nacional, baseada em valores ligados a um

²⁴ A porcentagem de verbas publicitárias investidas em TV em 1970, quando as emissoras ainda começavam a se estruturar em redes nacionais, foi de 39,6%. Onze anos depois, em 1981, esse percentual passou para 59,3%. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010)

cristianismo conservador, tendo a família, a religião católica, a pátria, o trabalho, a moral e os bons costumes como pilares de conduta. Para isso, a televisão deveria “higienizar” toda a sua programação para que ela pudesse representar o Brasil para os brasileiros, como o “Jornal Nacional” começava a fazer. (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p. 116)

Como já foi citado nesse trabalho, foi neste contexto que grandes animadores de auditório perderam seu espaço. Entre 1970 e 1976, Silvio Santos, Hebe Camargo, Flávio Cavalcanti, Dercy Gonçalves e Chacrinha saíram do ar das respectivas emissoras aonde trabalhavam. Coube a Silvio Santos, brigar por sua própria emissora. Como vimos, em 22 de outubro de 1975, o governo federal concedeu a Silvio Santos o canal 11 do Rio de Janeiro. No ano seguinte, Silvio Santos saía de vez da Globo e em 14 de maio de 1976 entrava no ar a TVS, TV Studios Silvio Santos, primeira emissora do animador (SILVA, 2000).

3.4 COMO FAZER SUCESSO FORA DA GLOBO?

Com um mercado televisivo amplamente dominado pela TV Globo, a saída da emissora acaba sendo traumática para diversos artistas. Além de ter uma receita anual mais de cinco vezes maior que a emissora segunda colocada, como visto anteriormente, a Globo também detém a maior parcela de audiência. Considerando a média de audiência entre 7h e 23h59, na Grande São Paulo, a TV Globo fechou o ano de 2015, até o dia 27/12, com 13,8 pontos de audiência. É um índice superior aos de suas duas principais concorrentes somadas: Record, com 6,8 pontos; e SBT, com 6,2 pontos²⁵.

Os desafios de falar para um público menor, aliado a um boicote de divulgação de imagem de artistas da concorrência²⁶, leva muitos artistas que saíram da emissora carioca ao ostracismo ou a fazer o caminho de volta para a Globo.

²⁵ Os índices de audiência foram medidos pelo IBOPE e divulgados pelo site *Bastidores da TV*. Cada ponto de audiência corresponde a 1% dos domicílios da região. Especificamente em relação a Grande São Paulo, principal praça de medição de audiência, cada ponto representou, em 2015, 67 mil domicílios. Os dados estão disponíveis em: <http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/em-13-anos-globo-perde-41-de-audiencia-e-record-cresce-357>.

²⁶ A expressão boicote se refere ao fato de artistas da concorrência serem proibidos de aparecer na TV Globo, mesmo que estes estejam atuando em comerciais pagos por patrocinadores da própria Globo. Neste caso, a emissora, com seu domínio de mercado, opta por abrir mão do dinheiro proveniente do comercial a exibir imagens de artistas da concorrência. O mecanismo foi usado contra Jô Soares, quando o apresentador estava no SBT em 1988, e teve comerciais já pagos de seu espetáculo *Gordo ao vivo* boicotados pela Globo. O fato foi contado pelo próprio em depoimento no *Troféu Imprensa*, em 1988, podendo ser visto por esse link: <https://www.youtube.com/watch?v=frP0TLILnrA> e também foi noticiado pelo portal *Notícias da TV*. Em 2005, um comercial da *Vivo* estrelado por Rodrigo Scarpa e Wellington Muniz, na época humoristas do *Pânico na TV*, da *RedeTV!*, também foi boicotado pela Globo. Os comerciais da operadora de celular na TV Globo passaram sem a presença dos dois, apenas com a presença de artistas da Globo ou sem vinculação com alguma emissora concorrente. O fato foi noticiado na coluna *Zapping*, do jornal *Agora São Paulo*, em 09 de julho de 2005.

Abelardo Barbosa, o Chacrinha, passou por esse processo. O apresentador, campeão de audiência na Globo²⁷, foi para Tupi em 1972 e, logo na primeira semana, viu seu programa perder para a antiga emissora. Boni, em sua autobiografia, conta como se deu a concorrência entre Chacrinha e Globo.

Na mesma semana, estreou na Tupi. Tivemos que improvisar nossa programação para preencher o buraco deixado, no horário nobre, às quartas e aos domingos. Na quarta-feira, provisoriamente, colocamos no ar o *Globo de Ouro*, dirigido por Augusto César Vanucci, para depois lançarmos a série *Kung Fu*. O primeiro programa *Globo de Ouro* perdeu por décimos no Rio, mas ganhou do Chacrinha em todo o Brasil. O *Kung Fu*, no entanto, arrasou com ele. Aos domingos, lançamos o *Só o amor constrói*, que focalizava a importância do amor na vida e na carreira de personalidades de destaque, usando depoimentos de familiares, amigos e colegas. [...] O programa sempre ganhou do Chacrinha, mas oscilava dependendo do nome do homenageado. Ficou algumas semanas no ar e nos permitiu formatar, produzir e estrear o *Fantástico*, no dia 5 de agosto de 1973. O programa registrou índices superiores aos do tempo do Chacrinha e ainda qualificou a audiência, valorizando o horário. O Velho Guerreiro passou por várias outras emissoras. Não se deu bem na Tupi, foi melhor na Bandeirantes, mas sem o mesmo brilho que tinha na Globo. (SOBRINHO, 2011, p. 208-209)

Apesar, de nunca ter trabalhado na TV Globo, algo parecido, no ano seguinte, aconteceu com Flávio Cavalcanti. O apresentador acabava de sair da TV Tupi para ir para a TV Rio.

Se no caso de Chacrinha houve especulações sobre uma possível “guerra de audiência”, entre Tupi e Globo, o de Flávio Cavalcanti evidenciou o contrário. O programa que o substitui na emissora de São Paulo, “Hoje é Dia de Show”, consegue manter praticamente a mesma audiência, enquanto ele, na TV Rio, obtém apenas 5%, contra os 30 pontos que atingia na Tupi. O fato converteu-se imediatamente numa fórmula, uma espécie de “lei geral da televisão brasileira”: “Às vezes, mais popular que um herói dos horários nobres é o próprio canal que os hospeda” (MIRA, 1992, p. 39-40)

Há ainda os casos daqueles que saíram da TV Globo e acabaram voltando para a emissora carioca. Em 1989, Benedito Ruy Barbosa, experiente autor de novelas, decidiu deixar a TV Globo em razão da recusa da emissora em produzir o seu mais novo projeto do momento: *Pantanal*. A novela se propunha a contar a história de José Leôncio, um rico fazendeiro pecuarista da região do Pantanal Mato-Grossense. No entorno de José Leôncio, outras personagens místicas de um “Brasil que o Brasil desconhece”²⁸ entrariam na história,

²⁷ Antes de sair da Globo, Chacrinha tinha acabado de fechar o ano de 1971 com uma das maiores audiências da televisão brasileira. Seus dois programas, *Buzina do Chacrinha* e *Discoteca do Chacrinha* foram o terceiro e o quarto mais vistos na Grande São Paulo ao longo de todo o ano, segundo o IBOPE. Suas atrações só davam menos audiência que o *Programa Silvio Santos* e a novela *Irmãos Coragem* (MIRA, 1992).

²⁸ Em oposição às tramas urbanas, industriais e modernas exibidas pela Rede Globo, a TV Manchete oferecia ao seu espectador conhecer um “Brasil que o Brasil desconhece” em suas novelas. O objetivo era retratar áreas rurais do país nunca antes vistas na televisão. Daí surgiu o mote da campanha citada acima e telenovelas como *Pantanal* e *Ana Raio e Zé Trovão* (HAMBURGER, 2005).

como Juma Marruá, a mulher que virava onça e o Velho Rio, um idoso que cuidava da floresta e ajudava os que se perdiam na imensidão pantaneira.

Pantanal oferecia elementos ao telespectador totalmente distintos daqueles apresentados pela Globo no momento. A emissora de Roberto Marinho apresentava em suas novelas uma “imagem do Brasil como país que tendia à vida urbana, industrial, moderna e liberal” (HAMBURGER, 2005, p. 121). *Pantanal* oferecia ao telespectador uma trama rural, em um cenário desconhecido, o Pantanal Mato-Grossense, com algumas personagens, como Juma Marruá e o Velho do Rio, que remetiam ao universo folclórico. No entanto, se a trama não se encaixou nos propósitos globais, a TV Manchete aceitou a proposta de Benedito Ruy Barbosa.

Pantanal gira em torno de uma estrutura melodramática, mas rompe com as convenções das novelas anteriores ao adotar um ritmo lento de edição, com longos planos gerais de paisagens com pouca ação, sequências-clipes de canções sertanejas, bem como pelo livre uso do nu feminino, elemento presente já na vinheta. A atmosfera mítica da apresentação da novela contrasta com a vocação realista vigente no padrão anterior. [...] A novela propunha uma viagem ao “coração do Brasil”, em busca de um saber popular original. Os elementos são ecléticos. O Velho do Rio, por exemplo, é uma figura fantasmagórica, representada com recursos de transparência visual, um espírito ancestral que habita as imediações da sede da propriedade de Leôncio, o viúvo, coronel às avessas, que fez o caminho da metrópole para o campo periférico, onde se enamora da criada, nativa da região, com quem tem um filho e termina por casar. O Velho do Rio aconselha viventes especialmente sensíveis para perceber e respeitar sua presença, de força tradicional e transcendental. (HAMBURGER, 2005, p. 124-125)

A novela foi um sucesso de audiência vencendo a Globo na maioria dos confrontos²⁹. Atenta a mudança de preferência do público, a Globo recontratou Benedito Ruy Barbosa logo após o término da novela. É bem ressaltar, que desta vez o autor escreveria para a principal faixa de novelas da emissora, exibida após o *Jornal Nacional*, algo inédito em sua carreira até então, e suas tramas subsequentes trariam diversos elementos de *Pantanal*. A hegemonia global logo absorveu os novos conceitos que surgiram em sua concorrência.

Em posição de destaque, Benedito Ruy Barbosa passou a escrever para o horário das oito da Rede Globo. *Renascer* (1993), *O Rei do Gado* (1996) e *Terra Nostra* (1999), de sua autoria, foram as novelas mais populares de uma década que viu os índices de audiência diminuírem. De maneira menos radical e com produção mais cuidada que *Pantanal*, essas novelas desdobraram algumas das características daquela [...]. *Pantanal* se passa em locações remotas, antecipando o movimento turístico e econômico que se intensificaria na região na década seguinte. [...] *O Rei do Gado*, como o título mesmo explicita, contou a história de um outro imperador da terra, baseado no Oeste Paulista, na época um dos maiores mercados do país. O

²⁹ Notícia publicada pela *Folha de S. Paulo* em 12 de novembro de 2015, afirma que *Pantanal* venceu 54% dos confrontos com a TV Globo em São Paulo e 71% dos confrontos no Rio de Janeiro.

fazendeiro tinha também terras em outras partes, com destaque para a região do Araguaia, que ofereceu o bucólico cenário para o encontro romântico da protagonista sem terra com o grande proprietário. (HAMBURGER, 2005, p. 127)

Também podemos continuar elencando diversos outros elementos absorvidos de *Pantanal* por *O Rei do Gado*: ambas possuem como protagonistas senhores de terra, de aproximadamente 50 anos de idade³⁰, contrastante com a ideia de um galã global bonito e jovial; ambas são tramas rurais, que dão destaque a um Brasil pouco representado na TV: o Pantanal Mato-Grossense, na trama da Manchete, e o Oeste Paulista e o Araguaia, na trama da TV Globo; ambas retratam de alguma forma a questão agrária brasileira, *Pantanal* mostra a grilagem³¹ através do personagem Tenório Sucuri e *O Rei do Gado* tem como protagonista mulher, Luana Berdinazzi, uma bóia-fria que vive junto ao *Movimento dos Trabalhadores Sem Terra* (MST); ambas representam a rivalidade familiar: José Leôncio x Tenório Sucuri, em *Pantanal*; Mezenga x Berdinazzi, em *O Rei do Gado*; as duas tramas apostaram em sequências musicais dentro da própria novela, em ambos os casos, com destaque para o cantor e ator Almir Sater; as duas em seu último capítulo finalizaram com uma mensagem relacionada ao cuidado com a terra³².

3.5 COMO FAZER SUCESSO FORA DA GLOBO? – O CASO DE SILVIO SANTOS

O caso de Silvio Santos difere dos citados acima. O apresentador nem viu seus índices diminuírem “da noite para o dia” e nem retornou a Globo anos mais tarde. O sucesso do animador nunca foi dependente da TV Globo, mesmo antes do empresário optar por ter sua própria emissora de televisão. Em 1965, ano em que Globo estava sendo criada, a revista *Intervalo* já trazia na em sua capa: “Os reis do auditório: Silvio Santos e César de Alencar”

³⁰ Cláudio Marzo, protagonista de *Pantanal*, tinha 49 anos de idade ao início de novela. Antônio Fagundes, protagonista de *O Rei do Gado*, tinha 47.

³¹ Grilagem de terras é um termo que designa aquele que falsifica documentos para tomar posse de terras abandonadas ou de terceiros de forma ilegal. Ao guardar os documentos junto com grilos, esses adquirem um aspecto amarelado, dando a impressão de que o documento novo e falso seria realmente antigo e verdadeiro.

³² *Pantanal* termina com o Velho do Rio, agora José Leôncio, caminhando com seus netos. Na tela aparece a seguinte mensagem, assinada ao final por Benedito Ruy Barbosa: “O homem é o único animal que cospe na água onde bebe; o homem é o único animal que mata pra não comer; o homem é o único animal que corta a árvore que lhe dá sombra e frutos. Por isso está se condenando à morte. Palavras do Velho do Rio, meu pai”. Em *O Rei do Gado* a mensagem foi a seguinte: "Deus, quando fez o mundo, não deu terra pra ninguém, porque todos os que aqui nascem são seus filhos. Mas só merece a terra aquele que a faz produzir, para si e para os seus semelhantes. O melhor adubo da terra é o suor daqueles que trabalham nela". Neste momento a câmera voltou nas personagens Bruno Mezenga e Geremias Berdinazi, em meio ao imenso cafezal, como se os dois estivessem discutindo, e deixa a pergunta: "Vai começar tudo de novo?".

(INTERVALO, 1965, capa)³³; em 1969, Silvio Santos tinha os dois programas de televisão mais assistidos de São Paulo, tanto o seu programa na Globo, como na TV Tupi eram líderes de audiência (MIRA, 1992)³⁴. É possível afirmarmos, cronologicamente, que o sucesso de Silvio Santos é anterior a Globo e que este também era líder de audiência fora da emissora carioca.

Ao longo dos anos, o apresentador se manteve popular³⁵ e transformou os estúdios da Vila Guilherme, em São Paulo, onde seu programa era produzido, em sede de sua própria emissora de televisão, o SBT, em 1981.

Com a nova rede, Silvio Santos se tornou referência para diversos outros programas e apresentadores. No próprio SBT, o domingo, antes exclusivo do dono, foi sendo dividido com outros programas de auditório e animadores, que seguiam a mesma linha de programas populares de Silvio Santos, que incluíam: jogos com prêmios, assistencialismo, musicais e concursos. A partir de 1981 e nas décadas seguintes, surgiram no SBT e em outras emissoras de televisão: Gugu Liberato, Fausto Silva, Celso Portioli, Eliana, Rodrigo Faro, dentre outros.

Também ficou clara a preocupação da Rede Globo em “repopularizar” sua grade de programação após o sucesso do SBT: em 1982, Chacrinha voltou à emissora carioca; no mesmo ano a Globo relançou o *Balança, mas não cai*, programa humorístico anteriormente retirado do ar por ser considerado apelativo (MIRA, 2010); em 1989 coloca finalmente um novo programa de auditório popular aos domingos, para combater Silvio Santos com suas mesmas “armas”, entrava no ar o *Domingão do Faustão*, que tinha como um de seus diretores Detto Costa, que tinha dirigido famosos programas de Silvio Santos, como o *Namoro na TV*, até 1987. Em 20 de setembro de 2014, o portal *Notícias da TV* publicou:

³³ A capa da revista foi disponibilizada pelo *SBTpedia* em 12 de dezembro de 2011 e pode ser vista através do link: <https://twitter.com/SBTpedia/status/675684707552620544>.

³⁴ Os dados são do IBOPE e foram divulgados por Maria Celeste Mira em *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*. A lista mostra os dez programas mais assistidos em São Paulo em junho de 1969. As duas primeiras colocações pertencem a Silvio Santos, na Globo e na Tupi. Também em 1969, a revista *Intervalo* publicou: “Em São Paulo, ele já é um campeão de audiência, dono, quase absoluto dos domingos, quando o *Programa Silvio Santos* entra às 11h30 da manhã, na Rede Globo [...], e das sextas-feiras, quando o seu *Cidade contra Cidade* [...] entra na TV Tupi paulista às 21 horas (INTERVALO, 1969).”³⁴ A matéria da revista foi disponibilizada pelo *SBTpedia* em 12 de dezembro de 2011 e pode ser vista através do link: <https://twitter.com/SBTpedia/status/675714774668353537>.

³⁵ Além das pesquisas corroborando a popularidade do apresentador já citadas neste trabalho, também é válido ressaltar que diversos programas do animador continuaram liderando na audiência ao longo dos anos. Em 14 de novembro de 2015, o portal *NaTelinha* publicou matéria com o título: “Cinco programas que tiraram o sono da Globo aos domingos”. Todas as atrações listadas foram do SBT, apresentadas por Silvio Santos ou por apresentadores lançados na emissora paulista que ao longo dos anos dividiram o domingo da estação de TV com o dono. Foram elas: *Curtindo uma Viagem*, apresentado por Celso Portioli; *Qual é Música*, com Silvio Santos; *Topa Tudo Por Dinheiro*, apresentado por Silvio Santos; *Domingo Legal*, com Gugu Liberato; e *Casa dos Artistas*, apresentada por Silvio Santos.

Incomodada com o forte crescimento do SBT, a Globo agiu e contratou um peso-pesado para brigar pela audiência nas tardes de domingo, então dominada por Silvio Santos. Fausto Silva chegou à emissora em 1989, vindo de alguns anos de sucesso nas noites de sábado da Band. (CASTRO, 2014). Disponível em: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/assustada-com-crescimento-do-sbt-globo-contratou-faustao-em-1989-4918#ixzz3vfZg6lZv>. Acesso em: 21 fev. 2016

Silvio Santos não era somente mais a “cara” de sua própria TV, ele estava mudando o panorama televisivo nacional, inclusive da TV Globo.

a entrada em cena do SBT causou grande impacto na televisão dos anos 1980, a ponto de mudar seus rumos dali em diante. Naquela década assistiu-se à volta dos auditórios em todas as emissoras de TV. Se, por um lado, o SBT foi obrigado a se modernizar, por outro, as demais emissoras, em particular a Rede Globo, tiveram que se popularizar para não perder a faixa de público que estava migrando para o SBT. (MIRA, 2010, p. 169)

4 LEGADO

4.1 A TRADIÇÃO DOS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO AOS DOMINGOS

Apesar de os programas de auditório serem tradicionais aos domingos, nem sempre foi assim. Antes de Silvio Santos começar a apresentar seu programa aos domingos, a TV Paulista, emissora em que o animador começou sua carreira em televisão, ficava fechada nesse dia, abrindo somente às 15h30 para a transmissão do futebol. Tudo começou a mudar quando Silvio Santos passou a apresentar o *Programa Silvio Santos*, aos domingos, de meio-dia às duas da tarde (SILVA, 2000).

Desde o início dos anos 1960, os programas de auditório ocupam as tardes de domingo na televisão brasileira. Quem inaugurou essa tradição foi Silvio Santos. Naquela época, era uma loucura fazer um programa nesse horário. Não havia se constituído o hábito de assistir televisão aos domingos. Só ia ao ar o *Circo do Arrelia*, na hora do almoço e, quando era possível, se transmitia um jogo de futebol. Silvio Santos arriscou: começou com duas horas; em 1966 passou para quatro, em 1968, para seis, depois oito, depois dez. Tornou-se um dos programas mais longos da televisão brasileira. Alguém poderia argumentar que isso se deve ao fato de ele ser o dono da rede de emissoras que transmite seu programa, mas o SBT só seria inaugurado em 1981. Muito ao contrário, foi o *Programa Silvio Santos* que lhe deu origem (MIRA, 2010, p. 159)

A partir do sucesso de Silvio Santos, outros animadores também tiveram seus programas apresentados aos domingos: Hebe Camargo estreou nos domingos da Record, em 1966³⁶; *A Buzina do Chacrinha* foi exibida pela TV Globo entre 1967 e 1972³⁷; *O Domingão do Faustão* foi lançado pela TV Globo, em 1989³⁸; o *Domingo Legal com Gugu Liberato* estreou no SBT, em 1993³⁹.

Hoje são exibidos: *Domingo Legal com Celso Portiolli*, *Eliana* e *Programa Silvio Santos*, no SBT; *Domingo Show* e *A Hora do Faro*, na Record; *Domingão do Faustão*, na TV

³⁶ O site comemorativo da Record em homenagem aos seus 60 anos de fundação recorda a contratação de Hebe Camargo pela emissora: “Grande dama da televisão chegou à emissora para apresentar programa dominical. Em 10 de abril de 1966, estreou o programa de Hebe Camargo na TV Record. A atração marcava a entrada da loiríssima apresentadora para o time da emissora”. Disponível em:

<http://rederecord.r7.com/record60anos/noticia/2013/09/26/hebe-camargo-e-contratada-pela-tv-record-34.html>.

³⁷ Informações do site *Memória Globo* e disponíveis em:

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/buzina-do-chacrinha.htm>.

³⁸ Em *O Moderno e o Popular na TV de Silvio Santos*, a autora Maria Celeste Mira afirma: “Finalmente em 1989, a Rede Globo não teve mais como resistir: para enfrentar Silvio Santos aos domingos, só mesmo com outro programa de auditório. Naquele ano tem início o *Domingão do Faustão*, dirigido por um dos mais experientes membros da equipe do *Programa Silvio Santos*, Detto Costa” (MIRA, 2010, p. 169).

³⁹ Em *O Moderno e o Popular na TV de Silvio Santos*, a autora Maria Celeste Mira afirma: “foi lançado em 1993 um novo campeão de audiência, o *Domingo Legal*, comandado por Gugu Liberato” (MIRA, 2010, p. 169).

Globo; e *Sensacional com Daniela Albuquerque* na RedeTV!⁴⁰. A longevidade e a enorme quantidade de programas de auditório, que se tornaram tradição aos domingos, começou com Silvio Santos, em 1962, na TV Paulista.

4.2 A DIVISÃO DA AUDIÊNCIA AOS DOMINGOS

Com o pioneirismo aos domingos, Silvio Santos se tornou campeão de audiência, chegando a ser a atração mais assistida da televisão brasileira⁴¹. Mesmo fora da Globo, como vimos, o apresentador liderou tanto no SBT quanto na Tupi⁴². O bom desempenho do animador acabava por causar uma assimetria na audiência dominante da TV Globo. Se a Globo dominava a maioria da programação, aos domingos ela encontrava uma divisão maior na audiência⁴³. Se essa assimetria nasceu com Silvio Santos, podemos afirmar que essa divisão de audiência continua difícil para a emissora global até os dias de hoje, mesmo com a diminuição em audiência e duração do *Programa Silvio Santos*⁴⁴.

Se compararmos o desempenho do *Fantástico*, principal programa dominical da TV Globo, com a faixa de novelas das 21 horas, principal atração global de segunda à sábado, observaremos que a revista eletrônica ainda não consegue ter uma liderança tão hegemônica quanto às telenovelas exibidas ao longo da semana. Em 2014, o *Fantástico* teve média anual de 19 pontos⁴⁵. Mesmo se a comparação for feita com *Babilônia*, trama das 21 horas com o pior desempenho em audiência da história, a diferença ainda é grande: a trama de Gilberto Braga e João Ximenes Braga fechou com 25 pontos de média⁴⁶.

⁴⁰ As informações foram retiradas das grades de programação das próprias emissoras citadas: SBT, TV Globo, TV Record e RedeTV!. Essas grades estão disponíveis nos sites das próprias emissoras na internet.

⁴¹ Em *O Moderno e o Popular na TV de Silvio Santos*, a autora Maria Celeste Mira afirma: “Na verdade, Silvio Santos foi o primeiro campeão de audiência da Rede Globo em São Paulo: em 1969 ele já era o mais assistido, superando inclusive as telenovelas” (MIRA, 2010, p. 160). Em 1971, segundo a mesma autora, em dados divulgados em *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*, o *Programa Silvio Santos* foi a atração mais vista na Grande São Paulo com 49% de audiência. O segundo lugar ficou a novela *Irmãos Coragem* com 46,6% (MIRA, 1992).

⁴² Conforme já foi exposto no capítulo anterior, os programas de Silvio Santos na Tupi, como *Cidade contra Cidade*, e no SBT como *Casa dos Artistas* e *Qual é a Música?* também foram líderes de audiência.

⁴³ Aqui podemos voltar a destacar outros programas que incomodaram a hegemonia global aos domingos, como *Curtindo uma Viagem* e *Domingo Legal*, já citados no segundo capítulo.

⁴⁴ Hoje o *Programa Silvio Santos* é exibido entre 20h00 e meia-noite e marcou 10,22 pontos de média em novembro de 2015 na região da Grande São Paulo. Números do IBOPE divulgados pelo portal *Bastidores da TV* já citados anteriormente nesse trabalho.

⁴⁵ Dados do IBOPE referentes à Grande São Paulo. Divulgado pelo portal R7 em 12 de janeiro de 2015.

⁴⁶ Em 27 de agosto de 2015, o portal *Hoje em Dia* publicou: “Com a pior audiência da história no horário, *Babilônia* termina com duelo entre vilãs”. Dados do IBOPE referentes à Grande São Paulo.

Se for observado o quadro com as quinze maiores audiências registradas no mês de novembro de 2015 na Grande São Paulo⁴⁷, veremos que o *Domingão do Faustão* e o *Fantástico*, principais atrações do horário nobre dominical global, possuem audiência inferior ao *Jornal Nacional* e as novelas *A Regra do Jogo*, *Totalmente Demais* e *I Love Paraisópolis*. Mesmo, quando em comparação à linha de shows observamos que as duas atrações dominicais da Globo ficam atrás do *The Voice Brasil*, *Globo Repórter*, *Cinema Especial* e *Tela Quente*.

QUADRO 1 – PROGRAMAS MAIS ASSISTIDOS – GRANDE SP – NOV/2015

	Emissora	Dia de exibição	Programa	Audiência
1º	Globo	Sexta e Terça	Eliminatórias da Copa	27,30
2º	Globo	Seg.-Sab.	A Regra do Jogo	26,27
3º	Globo	Seg.-Sab.	Totalmente Demais / I Love Paraisópolis	23,14
4º	Globo	Segunda	Tela Quente	22,84
5º	Record	Seg.-Sex.	Os Dez Mandamentos	22,61
6º	Globo	Seg.-Sab.	Jornal Nacional	22,59
7º	Globo	Quarta	Cinema Especial	22,15
8º	Globo	Seg.-Sab.	SPTV – Segunda Edição	21,50
9º	Globo	Qua. e Dom.	Futebol	21,20
10º	Globo	Sexta	Globo Repórter	20,80
11º	Globo	Quinta	The Voice Brasil	20,40
12º	Globo	Domingo	Fantástico	20,34
13º	Globo	Terça	Mister Brau	18,70
14º	Globo	Seg.-Sab.	Além do Tempo	18,70
15º	Globo	Domingo	Domingão do Faustão	17,34

Quadro com os quinze programas mais vistos na Grande São Paulo no mês de novembro de 2015. O quadro foi construído através de dados divulgados pelo portal *Bastidores da TV*. Os números de audiência foram medidos pelo IBOPE e estão disponíveis em: <http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/top-100-confira-as-maiores-audiencias-do-mes-de-novembro-em-sao-paulo>.

Quando a comparação é feita na faixa de exibição após o *Fantástico*, a situação da Globo piora, pois trata-se do horário de melhor desempenho do *Programa Silvio Santos*. Em matéria do *SBTpedia*, de 25 de agosto de 2014, o portal destacou:

O *Programa Silvio Santos* segue imbatível na faixa das 23h, horário pós-*Fantástico* na Globo. Desde 2011 o 'patrão' coleciona muitas vítimas no horário, entre elas: *Central da Copa*, os realities *Big Brother Brasil 14*, *SuperStar*, *Hipertensão* e *The Ultimate Fighter (TUF)*, a sessão de cinema *Domingo Maior*, a série *Revenge* e os humorísticos *Sai de Baixo* e *Junto e*

⁴⁷ Neste trabalho, constantemente é citada a audiência referente à Grande São Paulo. Isto ocorre, pois esta é a principal praça de medição do IBOPE. A Grande São Paulo foi a primeira praça a ter medição de audiência em tempo real e também é sempre referente a ela que as assessorias dos canais de televisão e os sites divulgam as audiências. Um dos motivos para isso é o fato da região concentrar grande parte dos gastos com publicidade no Brasil. Em 22 de janeiro de 2016, o jornalista Ricardo Feltrin divulgou no portal *BOL*: “A estimativa é que a publicidade em todo o país, em 2014, tenha ficado na casa dos R\$ 40 bilhões. Ou seja, São Paulo concentra 75% da publicidade nacional. Os números acima explicam em parte porque os programas da TV só se importam praticamente com a audiência que obtêm em São Paulo, e não no restante do país.”

Misturado. (LIMA, 2014). Disponível em: <http://www.sbtpedia.com.br/2014/08/silvio-santos-vence-serie-da-globo-em.html>. Acesso em: 21 fev. 2016.

Outro dado que pode ser analisado é a diferença da audiência da TV Globo em relação às suas duas principais concorrentes, SBT e Record, de segunda à sábado, e aos domingos. Em dezembro de 2015, analisando os trinta e um dias do mês, vemos que na Grande São Paulo, entre 7h e 23h59, quando medimos a audiência somente de segunda à sábado, a TV Globo possui 11,11% de audiência a mais que SBT e Record somadas. Essa vantagem sobre Record e SBT somadas se repete todos os dias da semana, com exceção dos domingos, quando SBT e Record conseguem, juntas, superar a audiência da TV Globo⁴⁸.

Mesmo passados 40 anos da saída de Silvio Santos da Globo e de seus altos índices de audiência, os domingos continuam a ser dias atípicos para a emissora carioca.

4.3 DO QUE É FEITO UM PROGRAMA DE AUDITÓRIO?

Para se ter uma melhor noção do legado de Silvio Santos no desenvolvimento dos programas de auditório brasileiros, é fundamental entendê-los. De início, é preciso vencer uma ideia inicialmente correta e já exposta nesse trabalho: a de que o *Programa Silvio Santos* serviria para vender carnês do *Baú da Felicidade*. Sim, a frase é verdadeira, o *Programa Silvio Santos* nasceu do *Baú* e para o *Baú*, mas ao longo dos mais de cinquenta anos de televisão, o programa apresentou uma série de outras características e formatos que também merecem ser destacados.

É difícil falar de um programa que está há mais de trinta anos no ar, com dez horas de duração e tamanha popularidade. Mas, exatamente por isso, é inútil continuar pensando que ali só se vendem carnês. De fato, seus primeiros quadros foram criados com essa finalidade específica. Ainda hoje, como explica o presidente das empresas, eles cumprem seu objetivo: “Essa premiação toda, esses sorteios, tudo isso visa não só à venda de carnês, mas à pontualidade, à lealdade. E para pagar as prestações, para que sejam leais, é necessário que haja essa motivação que o Silvio faz na televisão todos os domingos”. Ao longo dos anos, porém, o programa foi ganhando autonomia:

⁴⁸ Dados do IBOPE referentes à Grande São Paulo divulgados pelo portal *Bastidores da TV* diariamente ao longo de todo o mês de dezembro de 2015. Foi considerada a média-dia, que compreende a faixa de 7 da manhã às 23h59. Durante todo o mês de dezembro de 2015, de segunda a sábado a TV Globo marcou 13,58 pontos contra 6,42 da Record e 5,65 do SBT. Isto é, a Globo possui 11,11% mais audiência que suas duas principais concorrentes somadas. Quando se analisa o domingo, a situação se inverte: SBT e Record, juntas, ultrapassam a Globo. Aos domingos, a emissora carioca marca 13,05 de média contra 7,32 da Record e 6,15 do SBT. Complementarmente aos dados calculados por este trabalho, em 22 de maio de 2015, o jornalista Ricardo Feltrin já havia noticiado a perda de audiência da Globo aos domingos no portal *UOL*. Considerando média 24 horas do IBOPE, na Grande São Paulo, de janeiro até o dia 17 de maio de 2015, o placar apontava: 10,51 pontos para Globo, enquanto SBT e Record marcavam juntos 11,32.

pode-se observar uma tendência clara à diminuição dos quadros destinados exclusivamente aos compradores de carnês. (MIRA, 1992, p. 55)

Diversas atrações do *Programa Silvio Santos* não eram exclusivas de clientes do *Baú da Felicidade* e acabaram, como veremos a frente, se tornando referência para outros programas lançados posteriormente. Silvio Santos já apresentou: programa de calouros, como o *Show de Calouros*; programas assistencialistas, como *Porta da Esperança*; reality shows, como *Casa dos Artistas*; programa de namoro, como *Namoro na TV*; competições musicais como *Qual é a Música*; programas de perguntas e respostas como o *Show do Milhão*. Todos esses formatos diferiram dos programas de premiação do *Baú da Felicidade* como: *Caldeirão da Sorte*, *Pra Ganhar é só Rodar*, *Festival da Casa Própria*, *Roletando*, *Roda a Roda* e *Tentação*. É importante destacar que todos esses formatos apresentados pelo animador, mesmo *Casa dos Artistas* e *Show do Milhão*, que são formatos derivados da TV americana do final da década de 1990 e início dos anos 2000⁴⁹, quando produzidos pelo SBT e por Silvio Santos possuíram um auditório que interagiu com o apresentador. É válido destacar, que quando se compara *Casa dos Artistas*, o primeiro reality show de confinamento do país, com o *Big Brother Brasil* e *A Fazenda*, programas de mesmo formato que estrearam posteriormente⁵⁰, nota-se a ausência do público junto ao apresentador durante a maioria das edições desses dois outros programas apresentados por Globo e Record. No caso de *Casa dos Artistas*, acontecia o oposto, nunca Silvio Santos apresentou o programa sem ter um auditório a sua frente. Essa interação, mesmo em um formato onde isso não é um fator fundamental, é marca essencial em programas de auditório, e em especial, naqueles apresentados por Silvio Santos.

A ideia vigente entre os artistas e produtores é a de que uma televisão popular se faz com a integração do público, seja na plateia, seja em casa. Essa concepção tem levado os animadores e produtores de programas de auditório a uma espécie de “recusa da técnica” em favor do contato direto com o público, da criação de uma atmosfera de proximidade, de intimidade com ele. [...] O importante num programa de auditório é o que acontece ali na hora, na relação entre o animador, o público e os convidados. (MIRA, 2010, p. 170)

⁴⁹ O reality show *Casa dos Artistas* possui semelhanças com o *Big Brother*, reality show de confinamento que estreou em 5 de junho de 2000, nos Estados Unidos. Ambos os programas consistiam no confinamento de um grupo de doze pessoas dentro de uma mansão vigiada 24 horas por dia. A cada semana, um participante seria eliminado por votação popular até se chegar ao vencedor. O *Show do Milhão* possui semelhanças com diversos programas de perguntas e respostas, inclusive nacionais, com *O Céu é Limite*, apresentado por J. Silvestre na TV Tupi na década de 1950. No entanto, é inegável a não associação do lançamento do *Show do Milhão* no Brasil no ano seguinte ao lançamento do *game show Who wants to be a Millionaire?* nos Estados Unidos, em 1998. Em ambos os programas, os concorrentes ganhavam um milhão do dinheiro referente à moeda local caso respondessem corretamente a perguntas sorteadas por um computador.

⁵⁰ Em 2002, a TV Globo lançou o *Big Brother Brasil*. Em 2009, a TV Record lançou *A Fazenda*, formato semelhante aos anteriores, mas que acontecia dentro de uma fazenda e não em uma mansão.

Intimidade, descontração e improviso constituem um programa de auditório e todos os seus quadros perpassam por isso. Da ajuda a uma pessoa em dificuldade financeira, que pode ser facilmente identificada pelo público como uma igual; a visão de um ídolo cantando no meio da plateia e não em cima de um palco italiano; a possibilidade de um ganho fácil de dinheiro em gincanas. Todos esses quadros funcionam como conteúdo, mas também como modo de fazer. O inesperado e a ausência intencional de um roteiro fechado são ingredientes básicos de um programa de auditório.

Não há *script*, mas apenas fichas com algumas referências para o animador conduzir o programa. A improvisação e a descontração são elementos fundamentais nesse tipo de espetáculo, tanto quanto a sua capacidade de gerar suspense e emoção. Alternando esses dois tipos de sensações, os animadores envolvem o público por horas a fio. (MIRA, 2010, p. 170)

4.4 O “SUCESSOR” GUGU LIBERATO E A MODERNIZAÇÃO DO POPULAR

Antônio Augusto de Moraes Liberato, o Gugu, começou a trabalhar com Silvio Santos aos 14 anos de idade. A função do então menino, que antes envia sugestões ao programa, era separar as cartas dos telespectadores interessados em participar das gincanas do programa. Em *Os Bastidores da Televisão Brasileira*, Roberto Manzoni, que dirigiu Gugu no SBT entre 1982 e 2004, relata como conheceu o apresentador.

Eu conheci o Gugu quando o Silvio apresentava um programa que se chamava *Sua Majestade, o Ibope*. Ele comandava uma série de gincanas e o Gugu, que estava sempre na plateia acompanhado de sua mãe, dava um jeito de participar. Um dia, o Gugu passou um bilhetinho pro Silvio durante um programa sugerindo uma mudança na atração. O Silvio gostou e passou a pagar um dinheirinho ao Gugu por suas ideias. Todas as dicas dele eram boas e úteis, pelo menos no modo de ver do Silvio... Um dia o Luciano Callegari, braço direito do Silvio, resolveu contratar o Gugu como assistente de produção, na TVS. Muito jovem e bem magrinho, Gugu passava o dia separando as cartas enviadas pelos telespectadores. [...] Ele ficou lá por um tempão e foi trabalhar com a gente na Vila Guilherme, os primeiros estúdios do SBT. O Gugu sempre se oferecia para fazer reportagens; era muito atirado. [...] De volta a São Paulo, ele passou a fazer vários programas para o Silvio, entre eles o *Corrida Maluca*, *Passa ou Repassa*, *TV Animal* e o *Viva a Noite* (MANZONI, 2005, p. 49-50)

Em 1981, com o lançamento do SBT, Gugu foi para as frentes das câmeras para apresentar o programa *Sessão Premiada*. A partir de 1982, dentre outros programas, assume o *Viva a Noite*, programa exibidos nas noites de sábado, que seria o embrião do *Domingo Legal*, principal programa dominical do SBT, que marcaria a transição nos domingos entre Silvio Santos e Gugu.

Além do sucesso do *Viva a Noite*, a assinatura do contrato de Gugu com a Globo, a estreia do *Domingão do Faustão* e um problema vocal de Silvio Santos, contribuíram para que Gugu surgisse como sucessor de Silvio aos domingos. Em 10 de agosto de 1987, o jornal *O Globo* publicou a reportagem *O Auditório tem vez* destacando a, na época, futura estreia de Gugu Liberato na TV Globo após o sucesso do *Viva a Noite*:

O apresentador Augusto Liberato, o Gugu, vai mudar de casa, mas promete manter o estilo. [...] Convidado no mês passado pelo empresário Sérgio Murad, amigo do *Globo*, Gugu teve a oportunidade que esperava há anos, que a TVS não tinha condições de atender: fazer um programa vespertino, bem variado, com jogos e brincadeiras, em clima de total alegria e descontração como o *Viva a noite*, que vem apresentando aos sábados. A fórmula de sucesso ele já tem, tanto que vem conseguindo preciosos pontos de audiência. (LUDVIG, 1987). Disponível em: <http://tvbau.blogspot.com.br/2013/06/1987-globo-contrata-gugu.html>. Acesso em: 21 fev. 2016.

No entanto, mesmo com o contrato assinado, Gugu Liberato sequer chegou a estrear na TV Globo. Silvio Santos conseguiu reverter a decisão a tempo. Roberto Manzoni narrou o ocorrido em *Os Bastidores da Televisão Brasileira*.

Quando faltavam apenas alguns detalhes para a estreia de seu programa global, um calo nas cordas vocais de Silvio Santos mudou para sempre a vida de nós três: a minha, a de Gugu e a do próprio Silvio Santos. E isso também afetou a rotina de uma multidão de telespectadores. Angustiado com a perda da voz, seu instrumento de trabalho, e com a debandada de seu principal pupilo, o Gugu, Silvio não poupou esforços para reverter a situação. Duas interrogações atormentavam o dono do SBT: “Quem vai cuidar do meu domingo?”, “Como eu vou continuar vendendo os carnês do Baú?”. Essas preocupações o fizeram pôr em prática toda a sua capacidade de persuasão e lançar mão de todas as artimanhas, inclusive seu inesgotável charme e suas conexões poderosas. Um dia, no meio de todo aquele imbróglio, Gugu chegou em casa e deu de cara com o Silvio tomando café da manhã com os pais dele, a Dona Maria e o Seu Augusto. Imagine a cena, o cara era demais! Quando ele queria uma coisa, fazia de tudo para tê-la e sempre conseguia. Após esgotar todos os recursos, Silvio foi ao Rio de Janeiro pedir pessoalmente a Roberto Marinho que Gugu fosse liberado de seu recém-assinado compromisso com a Globo. Mesmo em trincheiras opostas, os dois magnatas da mídia sempre se entenderam muito bem. Gugu então voltou para o SBT, mas com outro *status*. Ganhou um programa dominical e recebeu um belo reajuste salarial, com direito a *merchandising* e outros privilégios. Para retornar, ele resolveu exigir tudo o que não tinha tido até então: produção melhor, mais verba para o programa, novo cenário, reforços na equipe, etc. Foi uma superjogada que turbinou a carreira de Gugu, como nada em sua vida até aquele momento. Foi um belíssimo golpe de *marketing*! (MANZONI, 2005, p. 17-18)

O problema vocal e a contratação de Gugu ocorreram no mesmo ano: 1987. No fim do mesmo ano Silvio Santos optou por ir a Boston fazer exames médicos e tratar seu problema de saúde. Em *A Fantástica História de Silvio Santos*, Arlindo Silva narrou a história e trouxe

o depoimento de Silvio Santos em seu primeiro programa quando voltou ao Brasil. Nele, o próprio apresentador diz ter escolhido Gugu Liberato como substituto.

Nessa época, Silvio estava com problema nas cordas vocais. A voz estava rouca. [...] Várias vezes interrompeu as gravações do seu programa porque a voz ficava quase inaudível, apesar de o microfone estar bem perto da sua boca. [...] Deprimido com a impossibilidade de continuar fazendo seu programa e desconfiado de que havia algo de errado com sua saúde, ele partiu, sozinho, para os Estados Unidos para fazer exames médicos em Boston. [...] Domingo, 21 de fevereiro de 1988. O dia da volta de Silvio Santos ao palco, após quatro semanas de “exílio em Boston” [...] Entre suas inúmeras confissões, os problemas de saúde foram colocados sem meias-palavras: “Já disseram até que eu tinha Aids, que viajei em lua-de-mel com a Sônia Lima, que estou com câncer. A única verdade é que, de fato, tive um câncer na pálpebra direita, um tumor que foi extirpado aqui no Brasil mesmo, mas que era localizado, não do tipo maligno que se espalha pelo corpo. Não corro esse risco. A minha rouquidão deve-se ao cansaço de um músculo da garganta; posso ficar sem voz a qualquer momento. Tenho de tomar um remédio, de quatro em quatro horas, chamado Psicodrim, para que a voz volte ao normal, mas tem efeito colateral, fico muito nervoso e agitado. Tudo consequência da idade (57 anos), como o meu problema cardíaco, o do joelho, o da próstata, a dor nas costas, etc. É por isso que coloquei o Gugu como meu substituto. Quero descansar e aproveitar mais a vida!” (SILVA, 2000, p. 116 e 119-120)

Há ainda o último fator: se a Globo contratara Fausto Silva para combater Silvio Santos, em 1989, agora era Silvio Santos que precisava renovar o seu domingo. Para isso em 1993 foi lançado o *Domingo Legal*.

Era preciso preparar seu sucessor. Faustão superava sua audiência. Era preciso contra-atacar. Assim foi lançado em 1993 um novo campeão de audiência, o *Domingo Legal*, comandado por Gugu Liberato. O programa trazia basicamente as mesmas atrações do *Viva a Noite*, tornando o domingo à tarde mais jovem, mais ágil, mais movimentado. [...] Porém a grande novidade do *Domingo Legal* foi que a partir de 1994 ele começou a entrar ao vivo e a controlar sua audiência em tempo real. Sendo feito ao vivo, o programa pode mudar na hora em função dos acontecimentos, incorporar a cobertura de fatos extraordinários, deixando as gravações já realizadas para serem exibidas em outra ocasião. Com isso, impede a fuga de público para outro canal. Foi o que aconteceu, por exemplo, quando o *Domingo Legal* obteve 47 pontos de Ibope cobrindo o acidente de avião que levou à morte todos os integrantes do grupo musical Mamonas Assassinas em 1996. De certa forma, a receita dos programas de auditório, cujos ingredientes básicos são improvisação e descontração, preparam o caminho para o que seria a televisão dos anos 1990. (MIRA, 2010, p. 171)

A função do *Domingo Legal*, além de conter Fausto Silva, era manter a tradição do auditório aos domingos, com uma roupagem mais moderna. Algo que o próprio Gugu já vinha fazendo no *Viva a Noite* aos sábados e que o próprio SBT como um todo vinha fazendo desde 1986. A ideia era modernizar o popular visando a conquista de um público maior nas classes A e B e para que o SBT deixasse de ser somente a “TV do povão” (MIRA, 2010).

Mais de vinte programas saíram do ar. Daquela primeira fase só restaram: o *Programa Silvio Santos*, *Viva a Noite*, apresentado por Augusto Liberato, e o infantil *Bozo*. A nova programação, que estreou em 1986, trazia, entre outras atrações, os programas, até hoje no ar, *Hebe* e *A Praça é Nossa*. O caso da *Praça* é um dos melhores exemplos de modernização do popular, ou, se quisermos, de maquiagem do “popularesco”. [...] A fórmula era a mesma, simples e eficiente, que mantém o show vivo há mais de cinquenta anos: um homem sentado no banco de uma praça, tentando ler seu jornal, mas, a todo momento, sendo interrompido pelos tipos cômicos que puxam conversa com ele. [...] Mas, se a fórmula e muitos personagens de *A Praça é Nossa* ainda eram os mesmos, seu visual era totalmente novo. Carlos Alberto de Nóbrega passava a integrar a equipe do SBT após ter trabalhado 12 anos na Rede Globo. [...] Começou pela repaginação de *A Praça é Nossa*: explicou para o cenógrafo, figurinista, iluminador, etc. que tudo tinha que ser muito bem feito, muito moderno, uma praça muito bonita, as cores combinando, não se descuidando do entorno, dos figurantes, a começar com a roupa que ele usava, coisa com que seu pai jamais se preocupara. Segundo Carlos Alberto de Nóbrega, é isso o que dá o “padrão Globo”. (MIRA, 2010, p. 167-168)

Se em 1986 e, posteriormente, em 1988, foram anos marcados pela chegada de novos programas que visavam uma modernização da emissora como *Hebe*, *A Praça é Nossa*, *Veja o Gordo* e *Jô Soares Onze e Meia*, o mesmo mecanismo também não poderia ficar de fora dos programas de auditório e a Gugu Liberato, com o *Viva a Noite* e, posteriormente, com o *Domingo Legal*, coube essa função⁵¹.

Porém, como as formas de discriminação vão se renovando, a partir de então a emissora paulista foi chamada de “brega”. Ao contrário do “popularesco”, no entanto, o “brega” não é necessariamente uma produção pobre, malfeita, descuidada. Em geral, o “brega” faz parte de indústrias culturais altamente rentáveis. Era bem o caso do programa *Viva a Noite*, apresentado por Augusto Liberato, o Gugu, cujo cenário passa a ser uma plataforma futurista, toda iluminada, onde eram recebidas as atrações mais populares da indústria do disco, como conjuntos de pagode e de música sertaneja, e de onde se acompanhavam gravações de cenas externas em que uma fã encontrava seu ídolo em Fernando de Noronha. Enfim, uma produção muito mais cara e bem cuidada que nos primeiros tempos do SBT. O caso de Gugu, que mais tarde viria a apresentar *Domingo Legal*, substituindo Silvio Santos nas tardes de domingo, é um bom exemplo do que costuma ser taxado de “brega”. Em geral, uma produção é considerada “brega” exatamente por utilizar excesso de recursos: muita cor, muito brilho, muita luz, som estrondoso, muitos efeitos especiais. (MIRA, 2010, p. 168-169)

Apesar desse processo de modernização, assim como na *Praça*, é importante notar que a essência continuava a mesma. O *Domingo Legal* e diversos outros programas de auditório, como veremos adiante, fizeram versões modernas de quadros antigos apresentados por Silvio Santos.

⁵¹ É válido notar que o próprio *Programa Silvio Santos* também se modernizou: o *Qual é a Música* ganhou nova identidade visual e cenário; e em 1999 e 2001 Silvio Santos passou a apresentar o *Show do Milhão* e a *Casa dos Artistas*, formatos norte-americanos de sucesso recém-lançados no momento, já citados nesse trabalho.

4.5 A INFLUÊNCIA EM OUTROS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO

Como já citamos em nosso segundo capítulo, o processo de modernização da televisão brasileira ocorrido na década de 1970, resultou na saída do ar de diversos programas e apresentadores considerados popularescos⁵². Como também já foi citado, a TVS e posteriormente o SBT acabaram por representar a reinvenção dessa história da TV excluída durante a década de 1970 (MIRA, 1992). Para expor essa ideia, em *Circo Eletrônico: Silvio Santos e SBT*, Maria Celeste Mira elaborou um quadro com programas que foram ao ar entre 1981 e 1983 no SBT que, na realidade, eram releituras ou reedições de programas populares exibidos anteriormente em outras estações de TV. Abaixo reproduzimos parcialmente essa lista:

QUADRO 2 – PROGRAMAS EXIBIDOS NA TVS/SBT ENTRE 1981 E 1983 QUE ERAM REELEITURAS DE ATRAÇÕES EXIBIDAS ANTERIORMENTE

Programa veiculado na TVS/SBT	Criação Original
Clube dos Artistas	1952 – TV Tupi SP
Almoço com as Estrelas	1956 – TV Tupi SP
Programa Flávio Cavalcanti	1957 – TV Tupi RJ
Moacyr Franco Show	1961 – TV Excelsior
Programa Raul Gil	1967 – TV Bandeirantes
Reapertura	1979 – TV Tupi (Apertura)
O Homem do Sapato Branco	1963 – TV Cultura – Emissoras Associadas
O Povo na TV	1979 – TV Tupi (Aqui e Agora)

Quadro que mostra programas veiculados pela TVS/SBT entre 1981 e 1983 que eram releituras de programas exibidos anteriormente. Retirado parcialmente do livro *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*, de Maria Celeste Mira, p. 109-110.

Para estabelecermos um paralelo entre a influência dos programas de Silvio Santos em atrações que surgiram posteriormente vamos utilizar o mesmo recurso, colocando na coluna

⁵² Em *O moderno e o popular na TV de Silvio Santos*, artigo presente no livro *A História da Televisão no Brasil*, Maria Celeste Mira definiu “popularesco” da seguinte maneira: “O termo ‘popularesco’ não tem uma definição precisa: nos dicionários da língua portuguesa é sinônimo de popular. No entanto, na crítica cultural, uma produção ‘popularesca’ tem uma conotação negativa, significa degenerescência do ‘popular’. Por exemplo, assim foi classificada toda uma época do cinema brasileiro, a ‘chanchada’. Alex Viany a definiu como ‘comédia popularesca, em geral, apressada e desleixada, com interpolações musicais’ e Paulo Emílio Sales Gomes, como ‘comédia popularesca, vulgar e frequentemente musical’. No entanto, hoje a ‘chanchada’ é cult. Oscarito e Grande Otelo são considerados gênios da comédia popular, e os filmes daquela época, sobretudo os dirigidos por Carlos Manga, são exibidos como clássicos no Canal Brasil. É importante destacar que quem classificou a ‘chanchada’ na categoria de ‘comédia popularesca’ foram dois dos maiores estudiosos do cinema nacional, ou seja, pessoas dotadas de autoridade, de legitimidade cultural em função do que se considerava válido em termos artísticos nos anos 1960. Com o passar do tempo, as concepções sobre arte e cultura se transformam, a legitimidade cultural, ou seja, o poder de definir o que é certo ou errado em termos de arte e cultura, se desloca, vai parar em outras mãos. Portanto, para se compreender o que é ‘popular’, ‘popularesco’, ou, como veremos à frente, ‘brega’, é fundamental descobrir quem tem o poder de nomear e quando o fez” (MIRA, 2010, p. 165-166).

da esquerda programas apresentados por Silvio Santos, e na da direita, variações modernas dos mesmos formatos.

QUADRO 3 – PROGRAMAS APRESENTADOS POR SILVIO SANTOS E SUAS NOVAS VERSÕES

Programa ou quadro apresentado por Silvio Santos	Programa ou quadro apresentado por outro apresentador posteriormente
Câmeras Escondidas – Topa Tudo Por Dinheiro	Telegrama Legal – Domingo Legal / Gugu Liberato
Porta da Esperança	Sonho Maluco – Viva a Noite / Gugu Liberato
Qual é a Música?	Ding Dong – Domingão do Faustão / Fausto Silva
Foguetinho – Domingo no Parque	Foguetinho – Programa do Ratinho / Ratinho
Boa Noite, Cinderela	A Princesa e o Plebeu – Domingo Legal / Gugu Liberato
Namoro na TV	Quer Casar Comigo? – Domingo Legal / Gugu Liberato
Ele Disse, Ela Disse	Jogo da Afinidade – Tudo é Possível / Eliana e Ana Hickmann

Quadro mostrando programas apresentados por Silvio Santos que ganharam novas versões ou roupagens posteriormente com novos animadores. O quadro foi construído a partir de diversas fontes: a lista de programas apresentados por Silvio Santos foi catalogada por fãs e disponibilizada no site *Página do Silvio Santos*. É válido ressaltar que os quadros listados também são constantemente citados em *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*, de Maria Celeste Mira. *Ding Dong* e *Foguetinho* são quadros que estão no ar atualmente no *Domingão do Faustão* e no *Programa do Ratinho*. *Telegrama Legal*, *Sonho Maluco* e *Dia de Princesa* são atrações que tiveram seu processo de realização contado no livro *Os Bastidores da Televisão Brasileira*, de Roberto Manzonni, que esteve na direção e criação desses mesmos quadros. *Quer Casar Comigo?* foi citados em reportagem do *SBTpedia*, em 15 de setembro de 2013. O *Jogo da Afinidade* ficou no ar entre 2005 e 2012 e tem muitas de suas exibições disponibilizadas no *YouTube* como esta, por exemplo:

https://www.youtube.com/watch?v=SB_Ms4p13UQ.

As câmeras escondidas do *Topa Tudo Por Dinheiro*⁵³, também conhecidas no Brasil como “pegadinhas”, se originaram do formato norte-americano *Candid Camera*, onde câmeras escondidas filmam pessoas passando por situações inusitadas ou inesperadas, como se deparar com uma múmia que se mexe dentro de um museu ou um morto levantando em um velório. São situações inusitadas que buscam o riso. O formato ganhou notoriedade no Brasil e passou a ser replicado por outras emissoras, como na TV Globo, no *Domingão do Faustão*⁵⁴; na TV Bandeirantes, no *Sabadaço*⁵⁵; pela TV Record, no *Sorria, você está na*

⁵³ O programa surgiu em 1985 com o nome de *Tudo por Dinheiro*. Em 1991 passou a se chamar *Topa Tudo Por Dinheiro*.

⁵⁴ No *Domingão do Faustão*, as câmeras escondidas ganharam o nome de *Pegadinha*. No *Video Show*, de 12 de março de 2013, disponível no *Globo Play* através do link <http://globoplay.globo.com/v/2455193/>, é mostrada uma participação do ator Tato Gabus Mendes no quadro de Fausto Silva.

⁵⁵ Programa de auditório apresentado por Gilberto Barros, na TV Bandeirantes, entre 2002 e 2007, aos sábados.

*Record*⁵⁶; e ainda hoje na *RedeTV!*, com o *Te Peguei na TV*⁵⁷. Atualmente as câmeras escondidas continuam no ar no *Programa Silvio Santos* alcançando grande repercussão⁵⁸.

Se a ideia da pegadinha foi replicada em outras emissoras, no SBT ela também ganhou uma nova “cara”, a de Gugu Liberato e a do *Telegrama Legal*⁵⁹ exibido dentro do *Domingo Legal*. Assim como ocorreu com as câmeras escondidas, Gugu foi responsável por modernizar outros quadros de Silvio Santos. A *Porta da Esperança*, programa que visava a realização de sonhos, como conhecer um ídolo, ganhar um tratamento médico, ou algo do gênero, virou o *Sonho Maluco*, e saiu do palco, passando a se utilizar de gravações em externa⁶⁰. O *Boa Noite, Cinderela* virou *A Princesa e o Plebeu*, mas agora ao invés das participantes ficarem no palco e lá receberem seus prêmios, o quadro *A Princesa e o Plebeu* era feito em externas com *limousine* e *chofer*; e levava as “princesas” em lojas, restaurantes e pontos turísticos, sempre acompanhadas de seu ídolo em questão.

Outro elemento popular em programas de auditório são os quadros de namoro, e esses também se modernizaram. Após Raul Longras apresentar o *Casamento na TV* entre 1967 e 1969⁶¹, Silvio Santos levou o formato para seu programa na década de 1980 e o manteve no ar até o ano 2000⁶². No entanto, de lá para cá outras programas com a mesma temática

⁵⁶ Quadro produzido pela TV Record, exibido em diversos programas de sua grade como *Tudo é Possível*, *Programa da Tarde* e *Tudo a Ver*.

⁵⁷ Programa exibido pela *RedeTV!* aos domingos, 22h30.

⁵⁸ Com o advento da internet o sucesso das pegadinhas é capitalizado pela repercussão na internet. Em 27 de novembro de 2012, o portal *F5*, da *Folha de S. Paulo*, publicou: “O velho quadro da pegadinha, onipresente nas atrações dominicais, colocou o *Programa Silvio Santos* na mira de sites internacionais. A sequência em que uma menina-fantasma assusta pessoas dentro de um elevador, durante uma queda de energia, exibida neste domingo, virou assunto no tabloide britânico *The Sun* e no site americano *Gawker* [...] ‘A pegadinha chega a ser uma tortura’, avaliou o site *Gawker*. O *The Sun* comparou o vídeo às cenas do filme de terror *O Chamado* e ressaltou seu sucesso no *YouTube*, que já teve mais de 1,5 milhão de visualizações em apenas dois dias.”

⁵⁹ O *Telegrama Legal* era um quadro que seguia o mesmo estilo de *Candid Camera*, mas só era feito com pessoas famosas. Roberto Manzoni, diretor do *Domingo Legal* entre 1993 e 2004 e entre 2009 e os dias de hoje, disserta sobre o quadro em seu livro *Os Bastidores da Televisão Brasileira*: “O *Telegrama Legal* se encaixava bem nessa proposta de entreter e emocionar. A brincadeira era uma variação do *Topa Tudo Por Dinheiro* do Silvio Santos, mas a gente só fazia com gente famosa. Na verdade era uma pegadinha feita por encomenda de algum parente ou empresário da celebridade. Tinha desde fotógrafo falso dizendo que a Sheila Melo era feia e não tinha futuro, até cenas da filha da Gretchen contratada para cantar em uma boate de sapatonas que a ficavam agarrando no palco.” (MANZONI, 2005, p. 117-118)

⁶⁰ O *Sonho Maluco* é apenas um dos casos onde a realização de sonhos é destaque nos programas de auditório. Ao longo dos anos, o formato se modernizou e começou a ser vendido como *reality show*, como por exemplo, o *Extreme Makeover*, programa que consiste na reforma e reconstrução da casa de algum participante mais pobre que envie uma carta ao programa. No Brasil, versões próximas do formato foram feitas por Luciano Huck, com o *Lar, Doce Lar*, na TV Globo, e por Gugu Liberato e Celso Portioli, com o *Construindo um Sonho*, no SBT.

⁶¹ Em 22 de maio de 2015, o portal Notícias da TV publicou: “Raul Longras, que apresentou o primeiro programa de namoro na TV, o *Casamento na TV*, da Globo”.

⁶² Em 11 de dezembro de 2014, o portal *NaTelinha* publicou: “O *Namoro na TV* começou na década de 80 e alguns anos depois voltaria reformulado como *Em Nome do Amor*. A temática, claro, era a mesma. Jovens solteiros se inscreviam com o intuito de procurar um grande amor. Silvio colocava homens e mulheres dançando quase sempre ao som de seu ídolo Julio Iglesias. E depois, entrevistavam os jovens com muito bom humor e

continuaram surgindo, dentre eles: *Fica Comigo*, na MTV; *Rola ou Enrola*, no *Eliana* do SBT; *Vai dar Namoro*, no *Melhor do Brasil* da Record; e *Quer Casar Comigo?*, no *Domingo Legal*, do SBT, citado no quadro 3.

O *Qual é a Música?* também foi um marco dentre os programas apresentados por Silvio Santos. Ficando no ar entre 1976 e 1991 e voltando no ar “modernizado” em 1999, quando saiu e entrou na grade do SBT diversas vezes até 2008, ele foi o embrião de diversas outras competições musicais que surgiram na TV ao longo dos últimos dez anos, como: o *Cantando 7*, no *Caldeirão do Huck* da TV Globo; o *Vitrolão Musical*, no *Sábado Total* da RedeTV!; e o *Ding Dong*, no ar no *Domingão do Faustão*⁶³.

O quadro do *Foguetinho* começou a ser apresentado por Silvio Santos no *Domingo no Parque*. Nele uma criança é colocada dentro de um foguete cenográfico, aonde não consegue ouvir nada do que ocorre fora. O apresentador do programa faz ofertas a criança, como por exemplo, trocar um videogame por um pedaço de madeira ou um carro por uma geladeira. Ao final da pergunta é acesa uma luz dentro do foguete cenográfico e a criança, que nada ouviu, deve responder apenas “sim” ou “não”. No entanto, se a criança nada ouve, o público vê todo o show e torce para que a participante faça a escolha a correta. O quadro permanece sendo exibido até hoje no SBT, mas no *Programa do Ratinho* e com jovens da plateia e não com crianças⁶⁴.

O *Ele Disse, Ela Disse* era um game show que envolvia sempre um casal, em geral, homem e mulher. As mesmas perguntas eram feitas para ambos e as respostas deveriam coincidir. Por exemplo: se era perguntado “Qual o prato de comida preferido do seu marido?”, a resposta de ambos os conjugues deveria ser a mesma. A mesma dinâmica de perguntas e respostas entre marido e mulher foi repetida em outros programas de auditório, como no *Jogo do Amor*, no *Domingo Legal*⁶⁵ e no *Jogo da Afinidade*, no *Tudo é Possível*, citado no quadro 3.

Aqui não há a intenção de associar necessariamente a criação desses formatos a Silvio Santos. A grande maioria deles veio de fora do país e já era comum no rádio brasileiro. *Ele Disse, Ela Disse* é uma variação nacional do *He Said, She Said* assim como as pegadinhas do

fazendo a famosa pergunta que ficaria eternizada: ‘É namoro ou amizade?’. A atração terminou em 2000 substituído pelo *Show do Milhão*.”

⁶³ O *Vitrolão Musical* foi um quadro exibido dentro do *Sábado Total*, entre 2012 e 2015. O *Cantando 7* foi ao ar em 2008 no *Caldeirão do Huck*. O *Ding Dong* está no ar no *Domingão do Faustão* atualmente.

⁶⁴ O *Programa do Ratinho* não foi o primeiro programa do SBT a resgatar o quadro do *Foguetinho*. Antes dele, o quadro continuou aos domingos, no *Domingo Legal*.

⁶⁵ O quadro estreou em 2012, no *Domingo Legal*. Em 23 de janeiro de 2013, o *SBTpedia*, a respeito do quadro publicou: “Outra atração que agradou em 2012 foi a estreia do *Jogo do Amor*. Nele, Celso Portioli se mostrou muito à vontade no comando do formato.”

Topa Tudo Por Dinheiro, o *Show do Milhão*, a *Casa dos Artistas*, todos já citados nesse trabalho, são programas inspirados em formatos internacionais. Os concursos de calouros, tão comuns em programas de auditório⁶⁶, já ocorriam no rádio brasileiro com Ary Barroso e seu *Calouros em Desfile*, na Rádio Tupi⁶⁷. O que podemos observar é que Silvio Santos popularizou esses quadros e com eles mantém seu programa no ar desde 1962. Na sequência, como já vimos, houve então o lançamento de diversos outros programas de auditório, em especial, aos domingos, tradição que se mantém até hoje com atrações do gênero nas três maiores emissoras do país: Globo, Record e SBT. O que observamos é uma modernização do popular, um advento da técnica, transformando quadros tradicionais em “superproduções”⁶⁸, no entanto a essência plantada por Silvio Santos continua viva.

⁶⁶ Ao longo da história diversos programas de auditório se utilizaram do formato como: o *Show de Calouros* no Programa Silvio Santos; *A Buzina do Chacrinha*; *A Grande Chance* com Flávio Cavalcanti e Programa Raul Gil.

⁶⁷ Publicação a respeito de Ary Barroso no portal *Rádio em Revista* diz: “Entrou para o Rádio em 1933, pela Rádio Philips, e comandou programas de sucesso no Rádio e mais tarde na TV, como *Calouros em Desfile*, da Rádio Tupi, o primeiro show de calouros do Rádio brasileiro”. Disponível em: <http://www.radioemrevista.com/ary-barroso/>.

⁶⁸ Isso fica claro quando comparamos o simplório formato de programa de calouros, com os *reality shows* musicais exibidos na TV americana e replicados no Brasil, como: *American Idol* e *The Voice*. Sobre o assunto, em 29 de outubro de 2015, o *UOL* publicou: “Cantor incomoda jurados ao chamar *The Voice* de programa de calouros”. Apesar do formato do programa fazer clara referência às antigas competições musicais entre calouros, o incômodo é claro, tentando apresentar o programa como algo melhor ou superior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi contada, refletida e analisada *A importância de Silvio Santos para a televisão brasileira*.

Inicialmente foi destacado alguns elementos constituintes do que se tornou o *Programa Silvio Santos* na televisão. O apresentador que começou como camelô nas ruas do Rio de Janeiro, passando pelo rádio e pelo circo, utilizou diversos mecanismos desses primeiros meios quando fez sua passagem para a televisão como: a oralidade na fala direta com o público, as apresentações de calouros e até alguns números propriamente circenses, envolvendo mágicos e animais. Também constatamos que a construção do *Programa Silvio Santos* e do SBT se deu, em especial em seu início, em torno do *Baú da Felicidade*. A estrutura de show de prêmios feitas em ruas e praças foi transposta para a televisão. É válido ressaltar também o sucesso financeiro do *Baú*, que permitiu a criação de novas empresas, dentre elas, o SBT.

Após um início de sucesso na televisão, contextualizamos o apresentador em relação ao processo de modernização da televisão brasileira. A época, que foi marcada pela decadência de programas de auditório nas emissoras de modo de geral, acabou por gerar no apresentador a necessidade de ganhar a concessão de sua própria estação. Com o feito, o que vimos foi que a TVS, e posteriormente o SBT, foram responsáveis por abrigar em sua grade diversos programas considerados popularescos que haviam sido retirados do ar anteriormente como *O Homem do Sapato Branco* e *Reapertura*. A ideia era estender a vasta popularidade do *Programa Silvio Santos* ao resto de sua programação.

Posteriormente, foi feita uma análise da dificuldade de se fazer sucesso fora da TV Globo, emissora hegemônica no país desde a década de 1970. Primeiramente foi mostrada as bases da construção da hegemonia global com a estruturação de uma grade regular de programação; a transmissão em rede nacional; o investimento em um jornalismo com linguagem televisiva e nacional; e o investimento em novelas 100% brasileiras. Na sequência, analisamos casos de artistas que tiveram dificuldades ao sair da emissora de Roberto Marinho como Chacrinha e Benedito Ruy Barbosa e traçamos um paralelo com Silvio Santos, que está no ar até os dias de hoje, tendo obtendo grande sucesso na Tupi e no SBT e fazendo a Globo “repopularizar” a sua grade de programação, após a entrada em cena do SBT, estreando ou reestreando programas como o *Domingão do Faustão* e o *Balança, mas não cai*.

Também foi destacado o legado do apresentador em outros programas de auditório e na concorrência. O *Programa Silvio Santos* inaugurou a tradição dos programas de auditório

aos domingos em 1962 e após esse ano, listamos os inúmeros outros programas de auditório que passaram por esse dia da semana como: *Hebe*, *A Buzina do Chacrinha*, *Domingo Legal* e *Domingão do Faustão*.

Através da análise de números de audiência, foi exposto como a divisão de audiência aos domingos, tradicional dia de Silvio Santos, é atípica até os dias de hoje: enquanto de segunda a sábado, a TV Globo consegue ter mais audiência que Record e SBT juntas, no domingo as duas concorrentes, quando somadas, ultrapassam a Globo.

Por último mostramos como quadros antigos apresentados por Silvio Santos foram ou ainda estão sendo modernizados. Primeiramente mostramos como esse processo se deu no SBT, de maneira geral, e em especial na ascensão de Gugu Liberato aos domingos, e, posteriormente, foi listado, de forma individual, atrações que sofreram esse processo de modernização e serviram de referência para outros programas como: *Porta da Esperança* / *Sonho Maluco*, *Boa Noite*, *Cinderela / A Princesa e o Plebeu* e *Qual é a Música?* / *Ding Dong*.

De maneira geral, o objetivo deste trabalho foi exibir as bases circenses e radiofônicas do artista Silvio Santos e como isso influenciou em sua ida para a TV, associado ao Baú da Felicidade; mostrar a sua influência na introdução de programas populares na TV brasileira em contra hegemonia ao processo de modernização da televisão brasileira, em especial da Globo; exemplificar como o legado do apresentador pode ser visto até hoje, justificando essa hipótese com a grande presença de programas de auditório ainda no ar e com atrações baseadas em fórmulas clássicas de Silvio Santos.

REFERÊNCIAS

BASTIDORES DA TV. TOP 100: Confira as maiores audiências do mês de novembro em São Paulo. *Bastidores da TV*. 21 dez. 2015. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/top-100-confira-as-maiores-audiencias-do-mes-de-novembro-em-sao-paulo>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Em 23 anos, Globo perde 41% de audiência e Record cresce 357%. *Bastidores da TV*, 30 dez. 2015. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/em-13-anos-globo-perde-41-de-audiencia-e-record-cresce-357>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de terça-feira (01/12). *Bastidores da TV*, 02 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-terca-feira-0112>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quarta-feira (02/12). *Bastidores da TV*, 03 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-0212>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quinta-feira (03/12). *Bastidores da TV*, 04 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quinta-feira-0312>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sexta-feira (04/12). *Bastidores da TV*, 07 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sexta-feira-0412>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sábado (05/12). *Bastidores da TV*, 07 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sabado-0512>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de domingo (06/12). *Bastidores da TV*, 07 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-domingo-0612>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de segunda-feira (07/12). *Bastidores da TV*, 08 dez. 2015. Audiência. Disponível em:

<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-segunda-feira-0712>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de terça-feira (08/12). *Bastidores da TV*, 09 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-terca-feira-0912>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quarta-feira (09/12). *Bastidores da TV*, 10 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-0912>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quinta-feira (10/12). *Bastidores da TV*, 11 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quinta-feira-1012>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sexta-feira (11/12). *Bastidores da TV*, 14 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sexta-feira-1112>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sábado (12/12). *Bastidores da TV*, 14 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sabado-1212>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de domingo (13/12). *Bastidores da TV*, 14 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-domingo-1312>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de segunda-feira (14/12). *Bastidores da TV*, 15 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-segunda-feira-1412>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de terça-feira (15/12). *Bastidores da TV*, 16 dez. 2015. Audiência. Disponível em:
<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-terca-feira-1612>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quarta-feira (16/12). *Bastidores da TV*, 17 dez. 2015. Audiência. Disponível em:

<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-1612>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quinta-feira (17/12). *Bastidores da TV*, 18 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quinta-feira-1712>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sexta-feira (18/12). *Bastidores da TV*, 21 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sexta-feira-1912>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sábado (19/12). *Bastidores da TV*, 21 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sabado-1912>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de domingo (20/12). *Bastidores da TV*, 21 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-domingo-2012>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de segunda-feira (21/12). *Bastidores da TV*, 22 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-segunda-feira-2112>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de terça-feira (22/12). *Bastidores da TV*, 23 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-terca-feira-2212>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quarta-feira (23/12). *Bastidores da TV*, 24 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-2312>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quinta-feira (24/12). *Bastidores da TV*, 28 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quinta-feira-2412>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sexta-feira (25/12). *Bastidores da TV*, 28 dez. 2015. Audiência. Disponível em:

<<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sexta-feira-2512>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de sábado (26/12). *Bastidores da TV*, 28 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-sabado-2612>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de domingo (27/12). *Bastidores da TV*, 28 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-domingo-2712>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de segunda-feira (28/12). *Bastidores da TV*, 29 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-segunda-feira-2812>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de terça-feira (29/12). *Bastidores da TV*, 30 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-terca-feira-3012>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quarta-feira (30/12). *Bastidores da TV*, 31 dez. 2015. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-3012>>. Acesso: 21 fev. 2016.

BASTIDORES DA TV. Audiências consolidadas de quinta-feira (31/12). *Bastidores da TV*, 04 jan. 2016. Audiência. Disponível em: <<http://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/audiencias-consolidadas-de-quinta-feira-3112>>. Acesso: 21 fev. 2016.

CASTRO, Daniel. Lucro da Globo é maior que todo o faturamento anual da Record. *Notícias da TV*. 28 mar. 2014. Mercado. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/lucro-da-globo-e-maior-que-todo-o-faturamento-anual-da-record-2815>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

CASTRO, Thell de. Assustada com crescimento do SBT, Globo contratou Faustão em 1989. *Notícias da TV*, 20 set. 2014. Memória da TV. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/assustada-com-crescimento-do-sbt-globo-contratou-faustao-em-1989-4918#ixzz3vfZg6lZv>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

CASTRO, Thell de. Nos anos 1960, programa de namoro da Globo só decolou após escândalo. *Notícias da TV*, 22 fev. 2015. Memória da TV. Disponível em: <

<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/nos-anos-1960-programa-de-namoro-da-globo-so-decolou-apos-escandalo-6691>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

CASTRO, Thell de. Em 1988, Jô Soares acusou a Globo de manter 'lista negra' de artistas. *Notícias da TV*. 24 mai. 2015. Memória da TV. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-1988-jo-soares-acusou-a-globo-de-manter-lista-negra-de-artistas-7979>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

CANDALINO, Nini; CIORCIOLINI, Luigi. Originale TV: trace dela sperimentazione Televisiva in Italia. In: *Invideo '98: luoghi non comuni*. Milão: Charta, 1998.

FELTRIN, Ricardo. Globo perde 35% de ibope aos domingos, nos últimos dez anos. *UOL*, 22 mai. 2015. UOL – TV e Famosos. Disponível em: <<http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2015/05/22/globo-perde-35-de-ibope-aos-domingos-nos-ultimos-dez-anos.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FELTRIN, Ricardo. Gasto com publicidade salta 33% em cinco anos, diz Ibope. *BOL Notícias*, 22 jan. 2016. Coluna – Ricardo Feltrin. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2016/01/22/gasto-com-publicidade-salta-33-em-cinco-anos-diz-ibope.htm>>. Acesso: 21 fev. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. Silvio Santos é personalidade mais admirada do Brasil. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 12 dez. 2011. F5. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1020180-silvio-santos-e-personalidade-mais-admirada-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. Pegadinha do Programa Silvio Santos vira hit em sites internacionais. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 27 nov. 2012. F5. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1191955-pegadinha-do-programa-silvio-santos-vira-hit-em-sites-internacionais.shtml>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. Programa que tirou Silvio Santos do Guinness agora é digital. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 01 dez. 2002. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u29125.shtml>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FOLHAPRESS. Com a pior audiência da história no horário, 'Babilônia' termina com duelo entre vilãs. *Hoje em Dia*, 27 ago. 2015. Almanaque. Disponível em: <<http://www.hojeemdia.com.br/almanaque/com-a-pior-audiencia-da-historia-no-horario-babilonia-termina-com-duelo-entre-vil-s-1.342708>>. Acesso: 21 fev. 2016.

FORATO, Thiago. Cinco programas que tiraram o sono da Globo aos domingos. *NaTelinha*. 14 jun. 2015. Disponível em: <<http://natelinha.uol.com.br/noticias/2015/06/14/cinco-programas-que-tiraram-o-sono-da-globo-aos-domingos-89849.php>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FORATO, Thiago. Relembre os 5 maiores sucessos de Silvio Santos na TV. *NaTelinha*, 11 dez. 2014. Disponível em: <<http://natelinha.uol.com.br/noticias/2014/12/11/relembre-os-5-maiores-sucessos-de-silvio-santos-na-tv-83319.php>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

FORBES. Silvio Santos 2014 Billionaires List: Dropoff. *Forbes The World's Billionaires*. 2014. Disponível em: <<http://www.forbes.com/profile/silvio-santos/>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

HAMBURGER, Esther. *O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

IBGE. *Perfil dos Estados e Municípios Brasileiros 2014*. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2015. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95013.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

JOGO DA AFINIDADE. Emissora: Record. São Paulo: Record, 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SB_Ms4p13UQ>. Acesso: 21 fev. 2016.

JÚNIOR, José Eustáquio Lopes de Faria. Cartas e Cartazes nº 122: SBT vai para o Guinness Book com 78 milhões de cartas no Show do Milhão (13/03/2003). *SBTpedia*. 05 set. 2015. Cartas e Cartazes. Disponível em: <<http://www.sbtpedia.com.br/2015/09/cartas-e-cartazes-n-122-sbt-vai-para-o.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

LIMA, Ranieri. Silvio Santos vence série da Globo em todos os confrontos, neste domingo (24) não foi diferente. *SBTpedia*. 25 ago. 2014. Disponível: <<http://www.sbtpedia.com.br/2014/08/silvio-santos-vence-serie-da-globo-em.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

LIMA, Ranieri. O Dia na História (15/09/2002): Estreia o Quer Casar Comigo?, reality do Domingo Legal para arrumar esposa para milionário. *SBTpedia*, 15 set. 2013. O Dia na História. Disponível em: <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/09/o-dia-na-historia-15092002-estreia-o.html>>. Acesso: 21 fev. 2016.

LIMA, Ranieri. Entrevista SBTpedia: Márcio Esquilo, diretor do Domingo Legal. *SBTpedia*, 23 jan. 2013. Entrevista SBTpedia. Disponível: <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/01/entrevista-sbtpedia-marcio-esquilo.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

LUDVIG, Alberto. O Auditório tem vez. *O Globo*, São Paulo, 10 ago. 1987. Disponível em: <<http://tvbau.blogspot.com.br/2013/06/1987-globo-contrata-gugu.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 4ª edição. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

MANZONI, Roberto. *Os Bastidores da Televisão Brasileira*. Osasco: Novo Século Editora Ltda., 2005.

MEMÓRIA GLOBO. Buzina do Chacrinha. *Memória Globo*. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/buzina-do-chacrinha.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

MESQUITA, Lígia. Pantanal incomodou mais a Globo que Os Dez Mandamentos. *Folha de S. Paulo*. 12 nov. 2015. Ilustrada. <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/11/1705301-pantanal-incomodou-mais-a-globo-que-os-dez-mandamentos.shtml>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

MIRA, Maria Celeste. *Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT*. Edições Loyola. São Paulo: Editora Olho D'Água, 1992.

MIRA, Maria Celeste. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor (org.). *História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 159-176.

PÁGINA DO SILVIO SANTOS. Programas apresentados por Silvio Santos. *Página do Silvio Santos*. Disponível em: <<http://www.paginadosilviosantos.com/pags/curiosid/algprogr.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

PRADO, Miguel Arcanjo. Fantástico afunda e povo quer Glória Maria. *R7*, 12 jan. 2015. Fabíola Reipert – TV e Famosos. Disponível: <<http://entretenimento.r7.com/blogs/fabiola-reipert/fantastico-afunda-e-povo-quer-gloria-maria/2015/01/12/>>. Acesso: 21 fev. 2016.

RÁDIO EM REVISTA. Ary Barroso. *Rádio em Revista*. Disponível em: <<http://www.radioemrevista.com/ary-barroso/>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

RECORD. Hebe é contratada pela TV Record. *Record*. 26 set. 2013. Disponível em: <<http://rederecord.r7.com/record60anos/noticia/2013/09/26/hebe-camargo-e-contratada-pela-tv-record-34.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

RECORD. Programação. *Record*. Disponível: <<http://rederecord.r7.com/programacao/>>. Acesso: 21 fev. 2016.

REDAÇÃO COMUNIQUE-SE. Globo se torna a segunda maior emissora de TV do mundo. *Portal Comunique-se*, 10 mai. 2012. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/editorias/3-imprensa-a-comunicacao-/68574-globo-se-torna-a-segunda-maior-emissora-de-tv-do-mundo.html>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

REDETV!. Programação. *RedeTV!*. Disponível: <<http://www.redetv.uol.com.br/programacao/>>. Acesso: 21 fev. 2016.

REIPERT, Fabíola. Globo corta o Pânico em comercial da Vivo. *Agora São Paulo*, São Paulo, 09 jul. 2005. Zapping. Disponível em: < http://arquivodois.zip.net/arch2005-07-03_2005-07-09.html>. Acesso em: 21 fev. 2016.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor (org.). *História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 109-136.

SBT. Programação. *SBT*. Disponível: <<http://www.sbt.com.br/programacao/>>. Acesso: 21 fev. 2016.

SBTPEDIA. Silvio Santos iniciou a carreira na TV em 1962. Em 1965, ele já era considerado rei do auditório. Fenômeno! #SS85. *Twitter SBTpedia*, 12 dez. 2015. Disponível em: <<https://twitter.com/SBTpedia/status/675684707552620544>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

SBTPEDIA. Após conquistar a audiência em SP, Silvio Santos partia com tudo para ter audiência no Rio de Janeiro (1969). #SS85. *Twitter SBTpedia*, 12 dez. 2015. Disponível em: <<https://twitter.com/SBTpedia/status/675714774668353537>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

SILVA, Arlindo. *A Fantástica História de Silvio Santos*. 5ª edição. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SOBRINHO, José Bonifácio. *O Livro do Boni*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

TERRA. SBT bate recorde de audiência com a final da Casa dos Artistas. *Terra*, São Paulo, 17 dez. 2001. Gente & TV. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2001/12/17/003.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

TINHORÃO, José Ramos. *Música popular. Do gramofone ao rádio e TV*, São Paulo: Ática, 1981.

TROFÉU IMPRENSA. Emissora: SBT. São Paulo: SBT, 1988. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=frP0TLILnrA>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

TV GLOBO. Programação. *TV Globo*. Disponível: <<http://redeglobo.globo.com/programacao.html>>. Acesso: 21 fev. 2016.

UOL. Cantor incomoda jurados ao chamar The Voice de programa de calouros. *UOL*, São Paulo, 29 out. 2015. UOL – TV e Famosos. Disponível em: <<http://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2015/10/29/cantor-incomoda-jurados-ao-chamar-the-voice-de-concurso-de-calouros.htm>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

VIDEO SHOW. Emissora: Globo. Rio de Janeiro: Globo, 2013. Disponível em: <
<http://globoplay.globo.com/v/2455193/>>. Acesso: 21 fev. 2016.