

# Velhas tardes de domingo (Notas sobre Domingão do Faustão e Programa Silvio Santos)

Good old sunday afternoons (notes on the  
two most popular TV programs –  
Domingão do Faustão and Silvio Santos)

*SANDRA REIMÃO (coord.)*

*DANIELLA C. VILLALTA*

*ELIANA ALMEIDA ARCHILLA*

*ELIZABETH JESUMARY GONÇALVES*

*KATY NASSAR*

*LARAMARIA*

*TANIA M. M. LOPES*

*VALDIR A. BOFFETTI*

*VALDIR PRIGOL*

*VICENTE HIGINO DE MOURA*

Esse texto foi redigido coletivamente durante a disciplina Televisão e Cultura no Brasil, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), durante o primeiro semestre de 1997.

## Resumo Abstract

Nas tardes de domingo, as duas maiores redes de televisão brasileiras apresentam programas de auditório: a Rede Globo de Televisão transmite *Domingão do Faustão* e o Sistema Brasileiro de Televisão veicula o *Programa Silvio Santos*. Este estudo traça um breve histórico desses dois programas, descreve rapidamente suas estruturas, e, a partir daí, delinea hipóteses sobre possíveis funções desses produtos televisivos junto aos espectadores.

On sunday afternoons the two largest Brazilian television networks present auditorium programs: the Globo Network transmits *Domingão do Faustão* and the Sistema Brasileiro de Televisão shows the *Programa Silvio Santos*. This study gives a short history of these two programs, describes briefly their structures, and from this point outlines hypotheses about the possible functions of these television products with respect of their audiencers.

*Palavras-chaves:* televisão, programa de auditório, Silvio Santos, Fausto Silva

*Key words:* television, auditorium programs, Silvio Santos, Fausto Silva

### **Porque hoje é domingo**

No final de março de 1997, no bojo de reportagens sobre um grave caso de arbitrariedade policial ocorrido na favela Naval, em Diadema, São Paulo, quando policiais foram flagrados por um cinegrafista amador cometendo atos violentos contra cidadãos, Mário Covas, governador do Estado, em entrevista a uma rádio FM paulista disse que, segundo estatísticas da Secretaria de Segurança, 50% dos assassinatos em São Paulo ocorrem nos finais de semana,<sup>1</sup> especialmente aos domingos. O governador atribuía este alto índice a fatos como brigas em bares, desentendimentos familiares, divergências no futebol, aumento do consumo de bebidas alcóolicas etc.

Estes dados nos dão uma idéia do domingo como um campo de batalhas. Parece que o dia consagrado à oração pelas igrejas cristãs e destinado ao descanso pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) é também uma arena, na qual, ao lado dos momentos de reflexão, júbilo e repouso, convivem também dores, frustrações, comportamentos anti-sociais e agressivos.

<sup>1</sup> Conforme Vera Freire, da Assessoria de Imprensa da Secretaria de Segurança Pública de São Paulo, este índice refere-se ao final de semana, das 20h da sexta às 8h da segunda-feira, e é restrito à capital. O número é composto principalmente por crimes dolosos, isto é, aqueles em que há a intenção de matar.

Diversos significados desse dia vêm sendo tematizados pela música popular brasileira (MPB): o domingo é um espaço de convívio fraterno, lembrado com nostalgia em, por exemplo, “Jovens tardes de domingo”, de Roberto e Erasmo Carlos, é o dia do passeio, do ciúme e do crime passionai em “Domingo no parque”, de Gilberto Gil, ou ainda é o espaço da solidão, não resolvida mesmo assistindo ao *Programa Silvio Santos*, em “Domingo”, de T. Belloto e S. Brito, gravada pelos dos Titãs.<sup>2</sup> (O título deste artigo refere-se diretamente à música de Roberto e Erasmo Carlos que fala das “Jovens tardes de domingo” relembrando aqueles domingos — entre agosto de 1965 e janeiro de 1968 — em que ambos, ao lado de Wanderléa, comandavam o programa *Jovem Guarda*, transmitido ao vivo pela TV Record, canal 7, para São Paulo, e retransmitido através de *videotape* no Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife).

Na área impressa, os jornais aumentam o número de páginas, suas tiragens e suas vendas aos domingos e, em muitos jornais, os produtos diferenciados dos fins de semana são os suplementos especiais apostando que o leitor terá, nesse dia de descanso, mais tempo para leitura. Um dos temas desses suplementos de fim de semana costuma ser a programação televisiva — outra forma freqüente de se ocupar esse tempo de lazer.

Das sete redes de TVs abertas brasileiras que atingem São Paulo, quatro delas tiveram, na semana de 17 a 23/3/97, um programa de domingo como seu líder de audiência: na CNT/Gazeta, o programa foi *Mesa redonda*; na Cultura, *Rá-tim-bum*; na Record a transmissão do *Campeonato Paulista*; e, no SBT, o *Programa Silvio Santos*.<sup>3</sup>

Jorge Cunha Lima, diretor da TV Cultura, enfocando a programação dessa emissora educativa aos domingos, afirmou:

<sup>2</sup> “Domingo eu quero ver/ o domingo passar/ Domingo é sempre assim/ e quem não está acostumado?/ É dia de descanso/ nem precisava tanto/ é dia de descanso/ Programa Silvio Santos”.

<sup>3</sup> Fonte: jornal *Folha de S. Paulo*, caderno TV Folha, 13/4/97, p. 2.

(...) Na suposição de que no domingo todos os membros da família estão em casa, diante da televisão, as emissoras acabam se nivelando por baixo, ainda que com programações de alto custo como são as da Globo e do SBT. Nós iremos contra a maré, estaremos do lado contrário, procurando qualificar o domingo de maneira absoluta.<sup>4</sup>

### Um pouco da história de Silvio Santos<sup>5</sup>

Silvio Santos (Senor Abravanel), nasceu no bairro da Lapa, no Rio de Janeiro, em 1930, filho de Alberto Senor, imigrante grego, e Rebeca Senor, natural da Turquia. Desde muito cedo direcionou seu talento para a comunicação, e já na década de 50 trabalhava como locutor na rádio Guanabara, e depois na barca Rio-Niterói, onde instalou um serviço de alto-falantes.

De 1950 a 1958, fez um pouco de tudo: trabalhou no rádio e em circo, foi dono de bar, fabricou folhinhas, fez pontas em televisão, desenvolveu campanhas políticas, criou uma revista de charadas e palavras cruzadas, e também ajudou Manoel de Nóbrega no programa televisivo *Praça da Alegria*. Em 1956, Silvio tinha seu próprio programa de rádio com o nome *Consultório sentimental*.

Em 1958, Silvio comprou o Baú da Felicidade, um tipo de comércio que vendia produtos em doze prestações e as mercadorias só eram entregues após todos os pagamentos. No início eram brinquedos, depois panelas, eletrodomésticos, carros e até casas. O Baú foi a origem de todas as suas empresas.

Comprou, em 1962, um horário na TV Paulista, onde apresentava o programa *Vamos brincar de força*, com duração de duas horas. Esse programa passou a chamar-se, mais tarde, *Pra ganhar é só rodar*. Já em 1966, Silvio estava na Globo e permanecia quatro horas no ar com o programa *Música e alegria*. Ainda na Globo, em

<sup>4</sup> Jorge Cunha Lima, citado em D. Bresser, 'Vou dignificar o domingo', *Revista Imprensa* (São Paulo, Feeling Ed., julho de 1996), pp. 30-33.

<sup>5</sup> A fonte principal utilizada nesse item foi o livro: Maria Celeste Mira. *Circo Eletrônico* (Silvio Santos e o SBT). (São Paulo, Olho D'Água/Loyola, 1995).

1968, tornou-se líder de audiência. Ficava no ar por seis horas e o programa passou a ter o nome atual: *Programa Silvio Santos*. Manteve a liderança em 1969, na Globo e na Tupi, no Rio de Janeiro, e ainda conseguiu ser o primeiro em São Paulo, na Tupi.

Após receber a concessão de um canal de TV, em 1975, criou a TVS no Rio de Janeiro. Naquela cidade seu programa era levado ao ar pela TVS e pela Tupi e, em São Paulo, pela Record e pela Tupi, mantendo a liderança de audiência. Tudo já era produzido nos estúdios da Vila Guilherme. Com a aquisição de outras emissoras de TV (hoje em torno de vinte), seu programa é somente exibido em sua rede e está no ar há mais de trinta anos, embora variando de nome. Silvio Santos está aos poucos dividindo o horário de seu programa com outros apresentadores, os quais trouxe ao SBT para substituí-lo. Um deles é Gugu Liberato.

Seus programas de televisão sempre serviram para dar apoio às suas empresas, através de um forte trabalho de publicidade e propaganda. O ritmo sempre girou em torno de disputas e da distribuição de prêmios ao auditório e aos compradores do Carnê do Baú e, mais recentemente, da Tele Sena.

### **Origens do programa Faustão**

Durante muitos anos, a Rede Globo de Televisão tentou, sem êxito, abocanhar a audiência das tardes de domingo, uma hegemonia do *Programa Silvio Santos*. Em 1977, segundo a revista *Isto É Senhor* (n.º 1029, de 7 de junho de 1989), quando José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, assumiu a vice-presidência de operações da emissora, o fez com o compromisso de derrubar a audiência do principal concorrente, mas até março de 1989 o que havia conseguido eram vitórias esporádicas. Os filmes norte-americanos veiculados no mesmo horário do programa do homem do “baú” arregimentavam, em média, 22 pontos de audiência, enquanto Silvio Santos estabelecia-se na faixa dos 40, 42 e até 50 pontos, segundo o Ibope.

Com o objetivo de concorrer com Silvio Santos, a Globo pensou na montagem de um programa de auditório ao vivo, um grande

desafio para a emissora carioca que há quase quinze anos não produzia entretenimento nesses moldes. *O Cassino do Chacrinha*, último produzido pela Globo, era pré-gravado. Para comandar o projeto, a emissora carioca trouxe Fausto Silva, ex-apresentador do *Perdidos na noite*, programa alternativo levado ao ar desde 1984, aos sábados, primeiro na TV Gazeta, depois na Record e, por último, até 1988, na Bandeirantes. Fausto notabilizou-se pela irreverência, tiradas rápidas e uso de palavrões. Paulista de Tatuí, nascido em 1950, o apresentador iniciou carreira como repórter radiofônico, especializando-se em coberturas esportivas.

Sob a direção de Augusto César Vanucci, com investimento de US\$ 600 mil, conforme a revista *Veja* (19/04/1989), entrou no ar, a 26 de março de 1989, o *Domingão do Faustão*, incorporando antigas fórmulas consagradas da televisão: *shows* de variedades com números musicais, quadro de brincadeiras e disputas entre pessoas da platéia. Uma mistura de *Cassino do Chacrinha* e *Programa Silvio Santos*. Naquela época, o programa sorteava para o telespectador prêmios variados que eram entregues em casa pelo “Caminhão do Faustão”. O caminhão itinerante do Faustão percorria o país, sorteando, através de cartas, brindes que iam de eletrodomésticos a carros. Nunca os correios registraram um número tão significativo de envio de correspondência por semana. Quando o “Caminhão do Faustão” foi a Curitiba, recebeu 8,5 milhões de cartas, mais de dez por habitante.

A linguagem popular e a dinâmica dos quadros do *Domingão do Faustão* (e do apresentador) fez do programa um sucesso na estréia, conseguindo uma das tarefas mais difíceis: superar a audiência de Silvio Santos, mantendo-se, então, como o novo campeão dos domingos. (Em 26/03/1989, data de estréia do *Domingão do Faustão*, segundo dados do Ibope/Rede Globo, tomando-se a média aritmética no horário das 15 às 19h, a Globo teve 25 pontos de audiência em São Paulo e 24 no Rio de Janeiro, e o SBT 16 e 7 pontos, respectivamente, nessas mesmas localidades).

Desde que estreou, em 1989, o *Domingão do Faustão* vem sofrendo inúmeras modificações. Quadros são substituídos, outros

surgem e a posição de líder de audiência dos domingos passou a ser ameaçada, a partir de março de 1996, quando o programa *Domingo legal*, apresentado por Augusto Liberato, passou a exibir *flashes* jornalísticos e o quadro “Táxi do Gugu” (neste quadro, o apresentador, disfarçado de taxista, cria situações inusitadas para os passageiros). Desde então a disputa tornou-se mais acirrada, com alternâncias nas pontuações entre os dois principais concorrentes do domingo. O medidor de audiência instantâneo do Ibope, existente desde o final da década de 80, passou a ser o grande controlador dos programas de auditório. Através da observação do comportamento do telespectador, a produção dos programas define o que fica mais tempo no ar e o que deve ser retirado.

### **Estrutura dos programas Silvio Santos e Domingão do Faustão**

A partir das 11h45 inicia-se o programa de auditório dominical do SBT, que só termina às 23h50. No decorrer do dia Silvio Santos divide a apresentação com Gugu Liberato e Celso Portioli. Silvio Santos abre seu programa elogiando políticos, empresas e artistas. Apresenta as “caravanas” e faz propaganda de seus espetáculos. Em seguida, distribui bilhetes da Tele Sena ao público. Isso tem a duração média de quinze minutos. (Essa descrição da estrutura básica desses dois programas dominicais tomou por base os programas veiculados em 06/04/1997 e comparou-os com outros três domingos).

Às 12h, comandado por Gugu Liberato, vai ao ar, ao vivo, o *Domingo legal*, com um auditório pequeno, que tem a participação do público apenas como jurado. A duração de cada bloco é variada. Há muito *merchandising* durante toda a programação. O quadro é marcado por variedades: crianças fazendo imitações, entrevistas que alimentem alguma curiosidade, informações sobre acontecimentos recentes, apresentações musicais, brincadeiras e gincanas com artistas e modelos como a “prova da banheira”, “trocar de roupa no menor tempo”, “luta na lama”, “*striptease* x monitoração dos batimentos cardíacos” etc. Essa parte do programa termina às 14h.



A seguir volta Silvio Santos, com um quadro gravado, “Se rolar rolu”, com participação de moças e rapazes entre quinze e vinte anos — contatados anteriormente por agências. O quadro consiste numa brincadeira que isola um dos rapazes e o nomeia comandante, e este coordenará um processo de seleção através de perguntas diretas, até que sobre um rapaz e, num outro bloco, uma moça, que ganharão R\$ 2 mil. O comandante ganha R\$ 500.

Enquanto isso, por volta das 16h (esse horário é modificado, muitas vezes, conforme outras apresentações da própria emissora), na Rede Globo, está entrando o programa ao vivo *Domingão do Faustão*, marcado, também, por muitas variedades e *merchandising*. Este programa é apresentado apenas por Fausto Silva, que mostra o tempo todo seu cuidado com a animação do programa fazendo sempre piadinhas e perguntas para a equipe de produção, as meninas da aeróbica e a platéia.

O *Domingão do Faustão* segue uma linha temática. No dia 06/04/97, o tema foi sedução. Durante a programação tudo girou em torno do tema. Por exemplo: desfile de *lingerie*, externas de atrizes e atores globais falando da primeira vez em que foram seduzidos, mostra de dança sensual, e até perguntas do tipo “quantas vezes por semana você faz amor?”.

Enquanto isso, no SBT, Celso Portioli apresenta “Passa ou repassa”, que é a clássica gincana entre colégios, representados por casais de alunos que respondem questões gerais. As torcidas dos colégios participam no auditório.

Em seguida, o *Programa Silvio Santos* apresenta o “Festival da casa própria”, comandado pelo próprio Silvio Santos. Vai ao ar por volta das 18h. Duas pessoas disputam uma casa girando um pião numerado do baú. A sorteada tem que estar em dia com todas as mensalidades do carnê do Baú da Felicidade.

Já no *Domingão do Faustão* é hora do quadro “Olimpíadas do Faustão”, que antecede as “Vídeo cassetadas” (nacionais e internacionais) e a “Pegadinha”. São os únicos quadros que seguem um padrão fixo quanto ao horário de apresentação. Outros, como “Domingão memória”, “Sessão pegadinhas”, “O que vem pela

frente”, “Astro por um dia”, entre outros, são “encaixados” na programação alternadamente. Além desses estão incluídas, também, apresentações musicais, circenses e de dança. Todas essas atrações são divididas num número (médio) de sete blocos. O programa termina às 20h.

Um pouco antes das 20h Silvio Santos apresenta o “Sorteio da Tele Sena”. O apresentador gira um globo contendo números de zero a nove, determinando, desta forma, os ganhadores dos títulos de capitalização. O número de contemplados é divulgado instantaneamente.

Às 20h entra no ar “Em nome do amor”, em que Silvio Santos “comanda” aqueles que vão ao seu programa com a intenção de “arrumar namorado (a)”. Através de cartas, a produção faz a seleção dos candidatos. Numa primeira parte Silvio Santos conversa com os rapazes, depois com as moças. Num outro momento, eles voltam com binóculos para facilitar a paquera. Até que chega o instante em que Silvio pergunta a cada um “se é namoro ou amizade?”. Dentro desse quadro Silvio Santos promove, também, o encontro de pessoas que não se vêem há muito tempo e apresenta a vida de um artista.

O último bloco do *Programa Silvio Santos* é o “Topa tudo por dinheiro”, que vai das 22h às 23h50 e é realizado com a participação ativa do auditório. O objetivo é “distribuir” dinheiro de formas diversas como “aviõezinhos”, perguntas, brincadeiras etc.

Segundo dados do Ibope, no período de 23/03/97 a 20/04/97 (período que engloba o dia 06/04, data dos programas que nos serviram como base de análise), *Domingão do Faustão* teve maior audiência do que o *Programa Silvio Santos*. Enfocando especificamente audiência na Grande São Paulo o Ibope nos informou que, na média dos quatro domingos em questão, o *Domingão do Faustão* foi sintonizado por 21% dos aparelhos de TV da região, o que significou 39% dos aparelhos ligados; e o *Programa Silvio Santos* foi sintonizado por 14% desses aparelhos, o que significou 26% dos aparelhos ligados, isso no horário das 16h às 17h59. Nas duas horas seguintes houve uma leve subida

na audiência da Globo e uma leve queda no SBT (segundo o Ibope existem, na Grande São Paulo, 4 milhões de domicílios com TV e 15,4 milhões de telespectadores).

Apesar da média de audiência do *Domingão do Faustão* ter sido, no período que estamos enfocando, maior do que a do *Programa Silvio Santos*, ambos têm significados diversos no interior de suas respectivas emissoras. O programa do “homem do baú” é líder de audiência no SBT, enquanto o programa do Faustão não chega a estar entre as cinco maiores audiências semanais da Globo. Assim, na semana de 31/03 a 06/04/97 o quadro “Topa tudo por dinheiro”, no SBT, obteve, na Grande São Paulo, 21 pontos, e foi a maior audiência da emissora, enquanto na Globo a maior audiência foi a da novela *A Indomada*, com 46 pontos médios, seguida de um programa do horário político, de um filme longa metragem americano, do noticiário diário e, em quinto lugar, da transmissão de um jogo de futebol, com 34 pontos.<sup>6</sup>

### **Gincanas e consumo**

“Se sonha; já se fez”, dizia o jagunço Riobaldo,<sup>7</sup> mesmo caindo em contradição depois: “Quem mói no asp’ro não fantasêia”. A fantasia é maior que a realidade e a beleza é tão necessária quanto o pão de cada dia. A vida anda difícil? Segundo pesquisa do Datafolha, apenas 3% dos brasileiros se acham infelizes, 31% se consideram mais ou menos felizes e 65% são felizes.<sup>8</sup> É no espaço das expectativas que os programas de auditórios se sustentam.

Há 35 anos o *Programa Silvio Santos* distrai o Brasil, com sucesso, vendendo sonhos, distribuindo sorrisos, provocando emoções. “Sua sorte agora vai mudar, você vai ganhar, você vai ganhar...”, repetia insistentemente a “musiquinha” do comercial do

<sup>6</sup> Fonte: jornal *O Estado de S. Paulo*, Suplemento TV, 27/04/97.

<sup>7</sup> Personagem de João Guimarães Rosa em *Grande Sertão — Veredas*.

<sup>8</sup> *Folha de S. Paulo*, Caderno Mais! 25/05/97. A pesquisa entrevistou 2.698 pessoas em 128 municípios brasileiros.

Baú da Felicidade, nos intervalos do programa de 06/04/97.

Pelo preço de R\$ 10 reais por mês o telespectador-cliente pode sonhar com casa própria, apartamento, carro, moto, computador, prêmios em dinheiro... Concorre pela Loteria Federal, pela Mega-Chance,<sup>9</sup> pode ser sorteado durante o programa. São várias formas de ganhar. “Veja o *clip* da ganhadora da casa”, veja os prêmios desfilando no auditório, “veja os sessenta sorteados da “Tentação”” (quadro do programa), conclama Silvio Santos com “tom” de inquestionável autoridade.<sup>10</sup> Ainda que o raciocínio, às vezes, soe estranho: “100 mil reais em barras de ouro, que valem mais que dinheiro”, afirma. Quem não for contemplado recebe a quantia paga, R\$ 120 reais por carnê, em “mercadorias de qualidade”, embora alguns compradores relatem que, nas lojas do Baú, a qualidade anda em falta e os preços superfaturados.

O jogo domina os principais quadros do *Programa Silvio Santos*. Nas “Rodas da fortuna”, 21 pessoas que adquiriram a Tele Sena (R\$ 3,00 a cartela) ganharam 200 mil reais no sorteio realizado em frente às câmeras e com o resultado legitimado, na hora, pelo computador. Quem não tem o carnê do Baú ou a Tele Sena participa da felicidade coletiva ficando na torcida.

E tome “aleluia” de notas de 100 e 50 reais para o público, exclusivamente feminino, que lota o auditório e ““topa tudo por dinheiro”. Entre sorrisos e brincadeiras, lá vai mais um “aviãozinho”<sup>11</sup> do apresentador-empresário, considerado a pessoa mais feliz do Brasil por 9% dos brasileiros.<sup>12</sup>

Segundo Sérgio Miceli, em estudo publicado em 1972, e perfeitamente confirmável hoje, 25 anos depois, pela observação dos quadros de gincanas e sorteios do *Programa Silvio Santos*, os

<sup>9</sup> Cartela parecida com o impresso da Sena, que vem nos carnês do Baú da Felicidade.

<sup>10</sup> Ver, sobre o tema, M.T. Rocco, ‘Linguagem Autoritária’. *Televisão e persuasão* (São Paulo, Brasiliense, 1989).

<sup>11</sup> Brincadeira realizada pelo apresentador, que consiste em arremessar para o auditório notas de 50 reais, dobradas em formato de aviãozinho.

<sup>12</sup> *Idem*, Pesquisa *Folha de S. Paulo*, *op. cit.*

programas de auditórios dirigidos às faixas C e D, como este, procuram compensar, no plano simbólico, a exclusão social desses contingentes, apresentando uma imagem deformada e mágica da sociedade de consumo em que esses grupos transitam simbolicamente sem que possam dela participar enquanto massa consumidora.

O que de fato se oferece às faixas mais pobres do público é um museu de mercadorias em torno das quais se forma um conjunto de aspirações e expectativas (...)

Daí a abundância material e visual do programa, a mímica generosa de uma redistribuição vicária de bens e dinheiro, a necessidade de exhibir dinheiro vivo...<sup>13</sup>

Além dessa inversão simbólica (Adorno e Horkheimer demonstraram como a ideologia se esconde nos dados de probabilidade),<sup>14</sup> o *Programa Silvio Santos* analisado esteve permeado por cenas explícitas de bajulação de autoridades. No “Jornal da hora”, exibido num dos intervalos do programa de 06/04/97, foi veiculada a nota: “O prefeito Celso Pitta disse que a CPI dos precatórios está abafando sua administração, mas São Paulo nunca parou, nem vai parar agora”.

Na “Semana do presidente”, exibida em todos os intervalos do programa, o texto em *off*, lido pelo “Lombardi” e coberto com imagens de uma reunião ministerial, dizia:

O nosso querido presidente Fernando Henrique Cardoso tem recebido do grande Deus muita sabedoria para administrar os problemas do nosso país, como estamos comprovando no progresso do dia-a-dia.. Porém, nosso presidente tem sua equipe voltada para os problemas da terra e sua produtividade e, com certeza nos dias que se

<sup>13</sup> Sérgio Miceli, *A noite da madrinha* (São Paulo, Perspectiva, 1972), pp. 220, 221 e 249.

<sup>14</sup> Theodor Adorno e Max Horkheimer, ‘A indústria cultural e o iluminismo como mistificação de massas’. In: L. C. Lima (org.), *Teoria da Cultura de Massas* (São Paulo, Paz e Terra, 1968), pp. 158-202.

seguem as nossas terras estarão produzindo e atendendo as necessidades dos brasileiros. Fernando Henrique Cardoso está com seu governo voltado para esse item que vem sendo tratado, junto com os demais itens, com seriedade e muito trabalho. Feliz a nação cujo Deus é o Senhor.

Com as diferenças expostas a seguir, o programa *Domingão do Faustão* também apresenta sua ilha da fantasia. Trata-se de mensagens voltadas a um público alvo diferente daquele do *Programa Silvio Santos*, concebido como já integrado ou em vias de integração ao mercado de consumo e com necessidades que iriam além da aquisição de bens básicos.

“Abrace o maridão no sofá porque o *Domingão* está no ar”, diz Fausto Silva já na abertura do seu programa, revelando sua característica de programa família, objetivo reforçado a todo momento pelo apresentador: “Minha senhora, se o seu maridão... se o seu filho... se o namorado da sua filha... muda o *layout*, minha senhora”. O interlocutor do Faustão é a família bem adaptada.

O consumo rotineiro e trivial, os prêmios como os do Baú da Felicidade não atendem às aspirações simbólicas desse público família-classe média. Deseja-se o consumo que traga distinção. Daí a valorização da moda, do chique, de comportamentos tidos como modelos.

Nesse sentido pode-se dizer que *Domingão do Faustão* atua na programação televisiva atual das redes abertas brasileiras na mesma função simbólica que o programa *Hebe Camargo* desempenhava nos anos 70, momento em que esse foi analisado no já referido estudo de Sérgio Miceli, ou seja, como reforço, para as classes médias integradas, do mito da família, e como participação vicária em supostos objetos de consumo e hábitos diferenciados e ditos sofisticados das classes dominantes (incluindo aí, com destaque, personalidades do meio televisivo).

“Ao lado da crença na fábula da ascensão social, que se difunde sob as mais diversas modalidades por toda estrutura de classes, (esses setores) acreditam estar recuperando em ter-

mos simbólicos os sinais mais visíveis do estilo de vida da classe dominante”.<sup>15</sup>

No *Domingão do Faustão* de 06/04/97, os eletrodomésticos do Baú são substituídos pelo desfile de *lingeries*, em vários modelos, ideais para a arte da sedução. “A combinação e o penhoar não estão mais com nada”, sentencia o apresentador, que também informa que cueca listrada também não é uma peça de bom gosto no jogo do amor. Atores e atrizes da Globo revelam como foram seduzidos: pelo homem que falava alemão, com um jantar à luz de vela num castelo português, pelo jeito de olhar... Os telespectadores também ficam sabendo que a dança mais sensual é o tango. Vêm a exposição dos cachorros de raça, ficam sabendo dos segredos de uma grande estrela e quantas vezes por semana se deve fazer amor.

Se depois de um domingo vendo programas de auditório ainda restar algum ceticismo, confie na cartomante do Faustão, que jura: “A vida pode ser alterada com precauções ou com trabalhos espirituais”.

<sup>15</sup> Sérgio Miceli, *op.cit.*, p. 230.