

## As Telenovelas no SBT

**Marcelo Engel (Universidade Estadual de Ponta Grossa)**

A teledramaturgia o SBT apresenta posições contraditórias. São essas posições que este texto tem o objetivo de discutir. Por várias vezes pode-se verificar um tratamento significativo à telenovela. A contratação de um elenco composto por atores e atrizes consagrados, a criação de cidades cenográficas e altos investimentos em produção. Mas, no momento seguinte este mesmo tratamento é dispensado e a seqüência de produção de telenovela é simplesmente encerrada, permanecendo longos períodos sem nenhuma exibição. Segundo o próprio diretor executivo do SBT Guilherme Stoliar, a telenovela é o principal objetivo da emissora, já que é ela (a telenovela) que desequilibra a audiência para a TV Globo.<sup>1</sup> Assim como Guilherme Stoliar, outros antes dele destacavam com mais audácia, que somente o investimento em telenovelas colocaria o SBT em condições de competição como afirmou em 1988, Luciano Callegari, diretor de produção: “*A disputa pelo primeiro lugar só não acontece este ano porque o SBT ainda não tem condições de fazer novelas, a 13 mil dólares por capítulo. Mas esse dia vai chegar e aí vocês vão ver como é que se conquista o primeiro lugar.*”<sup>2</sup>

Neste sentido a telenovela no SBT apresenta uma característica cíclica. A explicação é aparentemente óbvia, porém insuficiente na medida em que a empresa tem, ou deveria ter a necessidade de constituir uma cultura de recepção de telenovelas. Entretanto, o argumento utilizado sistematicamente pela direção da emissora é a falta de recursos: a novela não deu o retorno esperado, ou seja, não alcançou os índices de audiência previstos para suportar os investimentos realizados para sua execução.

A novela **O Espantalho** produzida em 1976-77 é exemplo disto. Foi a primeira novela produzida pelos estúdios Sílvia Santos, anos antes de se tornarem rede de

---

<sup>1</sup> s/a. *SBT faz 15 anos com planos de encostar na concorrência*. IN: Revista Meio e Mensagem. Ano XVIII. N.º 719. São Paulo: agosto de 1996, p. 38.

<sup>2</sup> s/a. *O estilingue contra o raio laser*. IN: Revista Imprensa. N.º 6. São Paulo: abril de 1988, p. 22-33.

emissoras.<sup>3</sup> “A partir de quarta-feira, dia 26,(...)‘O Espantalho’, história da incansável Ivani Ribeiro (‘Mulheres de Areia’, ‘A Viagem’) ... será apresentado pela TV Record de São Paulo e mais quinze estações nacionais.” ‘Escolhemos este horário por uma questão de humildade’, garante Moisés Weltman, diretor geral de produção dos Estúdios Sílvio Santos, que produzem novela. ‘Como é nossa primeira realização’, diz ele, ‘não tivemos a pretensão de competir com os donos do mercado.’” “Para ele o investimento já estará pago se as emissoras que exibirem ‘O Espantalho’ simplesmente não perderem pontos em seus índices de audiência”.<sup>4</sup>

Dirigida por Ivani Ribeiro e exibida pela TV Record entre janeiro e junho de 1977, **O Espantalho** não rendeu os frutos esperados, principalmente por se tratar de uma super produção. Independentemente de **O Espantalho** ter sido um fracasso de audiência, a iniciativa demonstra que, desde o princípio da emissora, há preocupação com a produção de telenovelas nacionais.

Segundo Ismael Fernandes em Memória da Telenovela Brasileira, dois elementos foram os responsáveis pelo fracasso da novela: “A produção apresentava um certo requinte, e as cenas externas propunham um jogo de imagens cinematográficas. Acresce o elenco muito bem escolhido. Todavia, o trabalho não apresentou o rendimento esperado por dois motivos básicos: a direção não conseguiu uma integridade entre atores e personagens, bem como não fez uma união das cenas gravadas em externas com as realizadas em estúdio.”<sup>5</sup>

Após o encerramento da novela, Sílvio Santos, com um olhar mais imediatista, dispensou todo o elenco. Os únicos que permaneceram foram a escritora Ivani Ribeiro e o

---

<sup>3</sup> Os Estúdios Sílvio Santos tinham o objetivo de uma produtora de filmes, com equipe técnica formada para tal. Embora apenas um filme tenha sido produzido.

<sup>4</sup> s/a. *Humildemente*. IN: Revista Veja. N.º 438. São Paulo: Ed. Abril, 26 de janeiro de 1977, p. 88.

<sup>5</sup> Ismael Fernandes. *Memória da Telenovela Brasileira*. São Paulo: brasiliense, 3º Ed., p. 205.

diretor José Miziara.<sup>6</sup> A próxima iniciativa dos Estúdios Sílvia Santos veio com a produção de uma novela infantil **O Solar Paraíso**, dirigido por Roberto Monteiro ainda em 1977. Tentativa de atingir o público infantil, e que, assim como o *Espantalho*, só contribuiu para especializar a equipe técnica dos estúdios Sílvia Santos.

A continuidade de se produzir telenovela - aí um dos elementos que comprovam a ciclicidade - esbarrou na falta de recursos financeiros da emissora para sustentar um investimento desta natureza. A não permanência no gênero implicou na não formação de uma cultura teledramatúrgica, como se percebe ser hoje um problema para a emissora. Depois de **O Espantalho** e **O Solar Paraíso**, a emissora passa a priorizar outros setores da programação, mas sem perder de vista a teledramatúrgia. *“Sem dispor de tanto dinheiro em caixa, e já calejados por pesados fracassos, como a novela ‘O Espantalho’, a Record e a TV-S não se arriscam a enfrentar o inimigo de frente.”*<sup>7</sup>

Após quase cinco anos sem que a emissora veiculasse qualquer produção deste gênero, a telenovela retorna ao SBT em 1982, com **Destino**.

Ao escolher adaptar um roteiro mexicano e exibí-lo, o SBT abre espaço para uma proposta que já estava esquecida no espaço das telenovelas brasileiras. As exibições de novelas mexicanas, os chamados “dramalhões mexicanos” como ficariam conhecidas mais tarde, contribuíram para caracterizar as telenovelas da emissora. *“No padrão mexicano, as novelas acabam sendo piegas, lacrimosas e feitas a toque de caixa. Realizadas principalmente em estúdios, as novelas mexicanas saem perdendo (...) no realismo e nas cenas externas.”*<sup>8</sup> O texto acima revela que, mesmo os textos sendo superficiais, “piegas”, eles compensavam o investimento, pois os melodramas mexicanos saem mais baratos que a produção de textos originais. Além disto, a escolha do roteiro mexicano não fora uma opção puramente comercial. A emissora objetivava atingir, em seu início, as camadas mais

---

<sup>6</sup> s/a.,s/t. Revista Contigo, N.º 227, 27 de maio de 1977.

<sup>7</sup> s/a. *Zebbras a galope*. IN: Revista Veja - s/n. São Paulo: Ed. Abril, 29 de agosto 1979, p.

<sup>8</sup> s/a. *Cultura de Exportação*. IN: Revista Veja, S/n. São Paulo. Ed. Abril, de 30 de janeiro

populares da sociedade. Na oportunidade, programas como **O Povo na TV**, obtinham altos índices de audiência junto a população. Na estrutura de programação de emissora, a novela casava perfeitamente.

*“A escalada popularesca teve início com o vespertino ‘O Povo na TV’ (de onde saiu Wagner Montes, escolhido para substituir o envelhecido lutador Ted Boy Marino) e chegou ao auge, há um mês, com a estréia de ‘Destino’, dramalhão protagonizado por Ana Rosa, estrela da primeira novela diária da Tupi.”*<sup>9</sup>

Em o **Destino**, a história era contada em 55 capítulos, centralizadas em um único núcleo, eliminando desta forma as tramas paralelas, presentes nas novelas da TV Globo. Diferente do que ocorrera quando da produção de **O Espantalho** e **O Solar Paraíso**, na qual a equipe técnica era basicamente oriunda do cinema, em **Destino**, a produção já contava com pessoal melhor preparado, especialistas em produzir para a televisão.

Ao optar por textos importados, objetivando um público popular, o SBT trilha o mesmo caminho que a TV Globo fez quando de seu início em 1965. *“Se a Globo se tornou a rainha da audiência abandonando as fórmulas antigas e voltando-se para o presente - chegando a recheiar os eternos folhetins com maiores doses de questões reais - a TVS, do Grupo Sílvio Santos, investe no fascínio do passado. E o mais curioso é que, num estilo popularesco que parecia enterrado pela década de 60, tem colhido frutos compensadores. No ar há oito meses, desalojou concorrentes mais experimentados, como a Record e a Bandeirantes, para situar-se num confortável, rendoso e seguro segundo lugar.”*<sup>10</sup>

Segundo Ismael Fernandes, ao mesmo tempo que a novela retrocedera optando pelos dramalhões, o SBT acertará no sentido de apresentar uma opção ao telespectador. Além disso, *“a emissora apresentava uma atração perfeita à filosofia popularesca da*

---

<sup>9</sup> s/a. *Viagem ao Passado*. IN: Revista Veja. N.º 714. São Paulo. Ed. Abril, de 12 de maio de 1982, p. 101.

<sup>10</sup> s/a. *Estilo Mexicano*. IN: Revista Veja. N.º 708. São Paulo. Ed. Abril, de 31 de março de 1982, p. 90.

TVS.”<sup>11</sup> Ou seja, existe consonância entre o público prioritário do SBT e esta proposta de telenovela. Ao se trabalhar uma telenovela sem os núcleos paralelos ou sub-temas, o nível de percepção do telespectador é menor. Sua atenção fica restrita apenas a um núcleo, portanto a necessidade de concentração e acompanhamento dos capítulos ocorre num plano mais superficial. Além disso, as tramas são trabalhadas com objetivo de explorar os sentidos mais primários do indivíduo, como o amor, ódio, vingança.

Na sequência e sob a mesma proposta da anterior, o SBT exhibe **A Força do Amor** de Raimundo Lopes. Mais uma adaptação latino americana (Marissa Garrido) referenciando desta forma, o caminho adotado com a novela **Destino**.

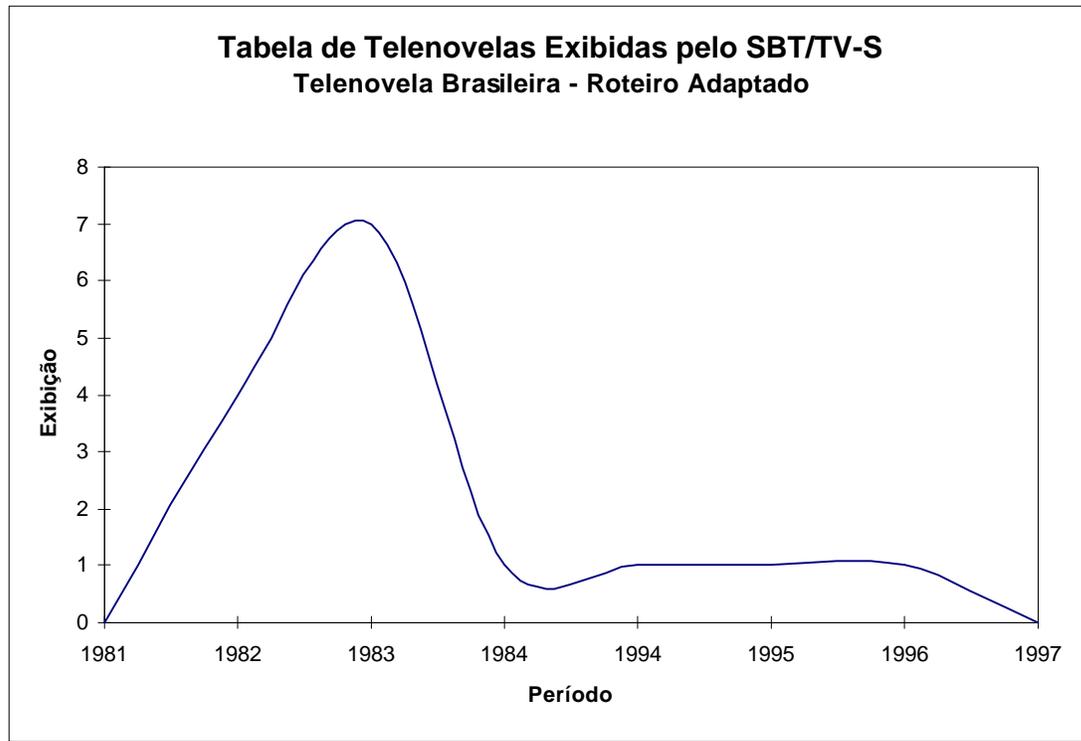
Várias outras telenovelas seguiram a mesma fórmula melodramática, seguindo os roteiros de Marissa Garrido, entre elas: **A Leoa** de Raimundo Lopes e Crayton Sarsy (1982); **Conflito** de Raimundo Lopes (1982-83); **Sombras do Passado** de Tito di Míglia (1983); **Acorrentada** de Henrique Lobo (1983); **A Ponte de Amor** de Aziz Bajur e Tito di Míglia<sup>12</sup> (Ver anexo - tabela 2)

No período de dois anos, o SBT exhibe nada menos que 12 novelas adaptadas como demonstra o gráfico abaixo. Pode-se notar, nesta fase, a preferência do SBT pelas telenovelas adaptadas, especialmente por textos de Marissa Garrido.

---

<sup>11</sup> FERNANDES. op. cit., p. 260.

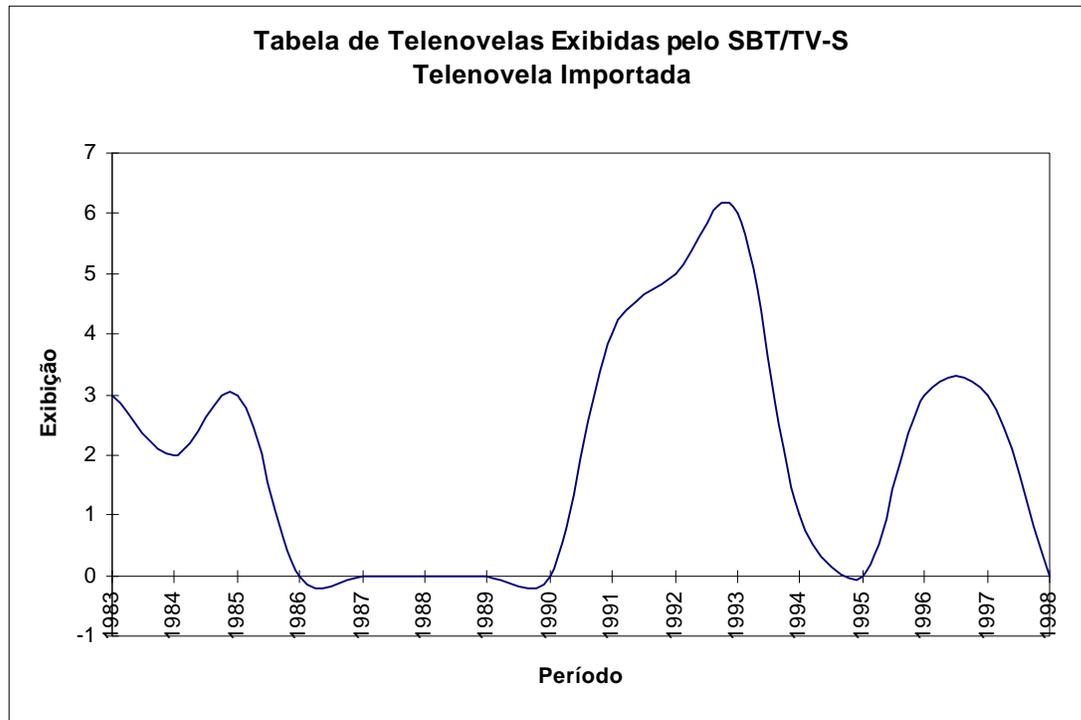
<sup>12</sup> idem.



Embora sejam estruturadas em relações basicamente folhetinescas, lembrando o início da telenovela nacional em 1960, a proposta do dramalhão dá certo retorno de audiência, mantendo na média os índices da emissora, além de não exigir grandes recursos de produção, o que minimiza os gastos aumentando a margem de lucro. (VER GRÁFICO 2) Segundo José Mário Ortiz Ramos e Sílvia Borelli, o SBT trabalha com a idéia “*de que o melodrama tradicional poderia reaquecer a indústria televisiva...*”<sup>13</sup> Os autores complementam, destacando que nesta fase, a emissora não recorreu apenas as adaptações, mas também a aquisição de telenovelas “rápidas” adquiridas principalmente junto a Televisa - México.<sup>14</sup> (ver gráfico)

<sup>13</sup> Ortiz; Borelli& Ramos. op. cit., p. 107.

<sup>14</sup> Idem, ibidem.



*“Depois, a emissora(...) não hesitou em buscar no México as telenovelas mais melodramáticas possíveis, bem ao gosto radiofônico - algo que, além de custar bem menos do que as produzidas aqui, fabrica ídolos como uma certa Verônica Castro, a Vera Fischer do México.”<sup>15</sup>*

Mesmo tendo um certo retorno de audiência com as adaptações de textos latinos e com as telenovelas importadas, o SBT retoma o caminho de produzir telenovelas originais, deixando evidente que a saída para equilibrar a disputa com a TV Globo, são as produções nacionais.

O SBT retorna com a produção nacional em 1985 com **Meus Filhos, Minha Vida**.

*“Paralelamente, a TVS partiu para sua própria produção de novelas, mas a um custo bem mais baixo que o da Globo: cerca de 15 milhões de cruzeiros por capítulo, contra 30 milhões da concorrente. E agora, uma vez atingida uma audiência média de*

<sup>15</sup> s/a. *O fantasma do vídeo*. IN: Revista Veja - nº 785. São Paulo: Editora Abril,

10% a 15% para as novelas, contra os 38% a 44% das novelas globais, em São Paulo, a emissora concentra-se no embate da faixa dos shows.”<sup>16</sup>

A novela **Meus Filhos, Minha Vida**, escrita por Ismael Fernandes, Henrique Lobo e Clayton Sarsy, contou com poucos recursos e mesmo assim se colocou como uma opção de qualidade provocando até o prorrogação de seu final.

*“Com produção simples, nenhuma tentativa de estrelismo por parte do elenco, Meus Filhos, Minha Vida deixou registrado um momento ideal de novela, capaz de oferecer uma opção ao telespectador independente das produções globais.”*<sup>17</sup>

Essa iniciativa deu um pouco de ânimo à direção do SBT a ponto do então diretor de produção da emissora fazer a seguinte afirmação: *“Estamos lutando pelo primeiro lugar. Lutar pelo segundo não existe, é fantasioso.”*<sup>18</sup>

Paralelo a exibição de **Meus Filhos, Minha Vida**, o SBT se produz em **Jerônimo, O Herói do Sertão** (1985) de Moyses Weltman. Espera obter o mesmo sucesso alcançado pela obra em 1972 quando foi transmitida pelo rádio, o que não ocorreu. Dando seqüência a proposta de produzir telenovelas e animados pelo relativo sucesso da última produção - **Meus Filhos, Minha Vida**, a qual obteve uma média de 10 pontos de audiência.<sup>19</sup> Já em **Jogo do Amor** (1985) de Aziz Bajur, a novela aparece com vários atores oriundos dos estúdios da TV Globo e é lançada com grande destaque na mídia.

*“Investindo com a violência de quem joga uma cartada decisiva, o SBT, a segunda maior rede de televisão do país, de propriedade do apresentador Sílvio Santos, se lança nesta segunda-feira em mais uma tentativa novelesca: **Jogo do Amor**, do autor mineiro*

---

<sup>16</sup> Idem, *ibidem*.

<sup>17</sup> Ismael Fernandes. *Memória da Telenovela Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1997,

4ª edição, p. 293.

<sup>18</sup> s/a. *O fantasma do vídeo*. IN: Revista Veja. N.º 785. São Paulo: - Ed. Abril, de 21 de setembro de 1984, pág. 73.

<sup>19</sup> s/a. *O império contra-ataca*. IN: Revista Isto É. N.º 429. São Paulo: s/ed., de 13 de março de 1985, p. 3.

*Aziz Bajur, que faz sua estréia no gênero trazendo na bagagem alguns Caso Verdade escritos para a Rede Globo.*”<sup>20</sup>

**Jogo de Amor** se caracterizou por ser uma novela que rompia com propostas melodramáticas adotadas pela emissora na primeira metade da década de 80, mesmo sem perder as características folhetinescas do gênero. Embora tivesse roteiro bem acabado e atuações excelentes da maioria dos atores, a novela não conseguiu índices significativos. Ismael Fernandes identifica como equívocos a mudança de filosofia da novela e a falta de coerência do autor em trabalhar as tramas paralelas.<sup>21</sup> A falta de filosofia indicada pelo pesquisador revela a inexistência de uma proposta clara para as telenovelas.

Nesse momento, o SBT tenta manter a opção de produzir telenovelas nacionais. Nesta linha, a próxima novela é **Uma Esperança no Ar** de Amilton Monteiro e Ismael Fernandes. No mesmo padrão das produções anteriores, o objetivo desta novela é manter a audiência conseguida com a exibição de **Meus Filhos, Minha Vida**. No entanto, a emissora luta contra a falta de recursos necessários a manter a produção de novelas. A novela termina em 15 de fevereiro de 1986. Em março, a Revista Isto É publica matéria na qual faz análise destacando o refluxo das emissoras concorrentes à Globo: “*Renunciando à idéia de concorrer com as novelas da Globo, a Bandeirantes e o SBT decidiram disputar uma faixa de público que não encontra alternativas interessantes no horário nobre*”.<sup>22</sup>

A lógica se repete: no fracasso na telenovela nacional, passa-se imediatamente para a aquisição de produtos importados, sejam roteiros ou produções.

Luciano Calegari, então Diretor Superintendente do SBT diz as razões que levaram a emissora a rediscutir a proposta de programação: “*Novela é um saco sem*

---

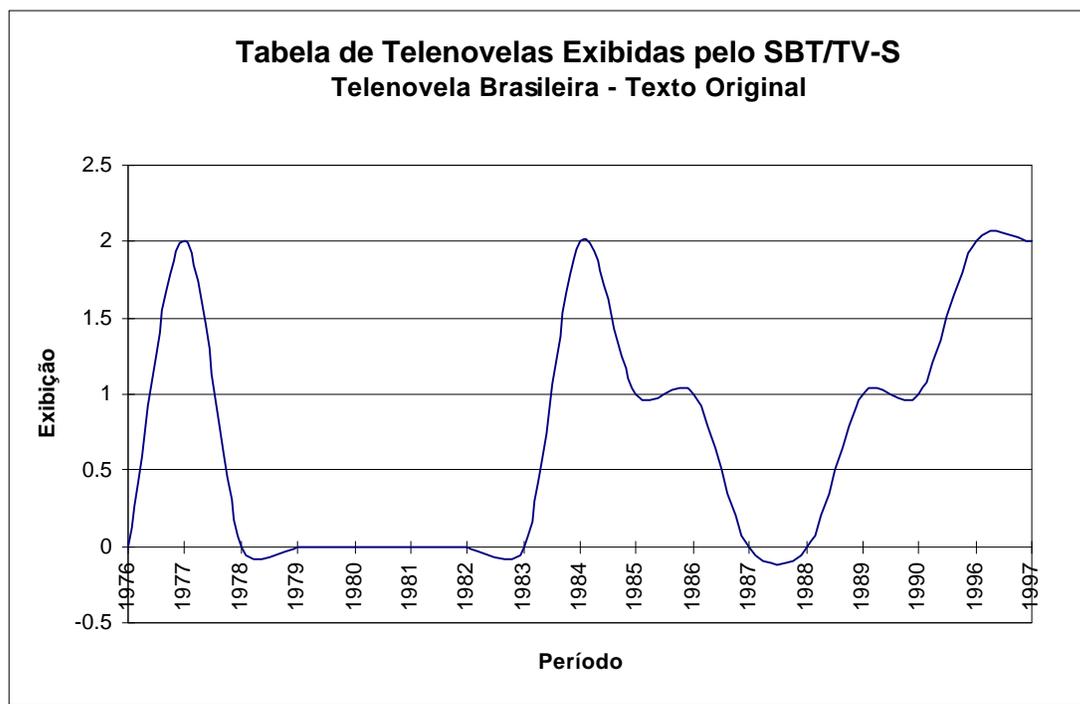
<sup>20</sup> s/a. *O império contra-ataca*. Revista Isto É. n.º 429. São Paulo: s/ed., 13 de março de 1985, p. 3

<sup>21</sup> Fernandes, op. cit., p. 304-305

<sup>22</sup> s/a. *Horários mais nobres*. Revista Isto É. n.º 480. São Paulo: s/ed., 05 de março de 1986, p. 34

fundos”. “A Globo gasta 20 mil dólares em cada capítulo, ninguém consegue bancar essa fortuna”.<sup>23</sup>

Novamente, a falta de recursos financeiros é utilizada para justificar o abandono da emissora no tocante a produção de telenovelas.



A emissora só volta às telenovelas depois de quase três anos, com a exibição de **Cortina de Vidro** em 1989. A novela é comprada fechada de uma produtora independente, o que demonstra a falta de estrutura em produzir.

*“Pero la emisora retorna en 1989 optando ahora por un esquema de asociación con una productora independiente - revelando su falta de estructura- para realizar <<Cortina de vidrio>>. El resultado se mostró aún peor, y la telenovela rodada en un estudio improvisado en un local comercial, alcanzó un índice de audiencia de 5,2% en São Paulo.”<sup>24</sup>*

<sup>23</sup> s/a, *Horários mais nobres*. Revista Isto É. n.º 480. São Paulo: s/ed., 05 de março de 1986, p. 34

<sup>24</sup> José Mario Ortiz Ramos. *Telenovela Brasileira: Sedimentación Histórica Y Condición Contemporánea*. IN: Revista DIALOGOS de La Comunicación. Nº 44, de março de 1996, p. 10-11.

Quando o SBT retorna a produção de telenovelas após o fracasso de **Cortina de Vidro**, em 1990, o faz com a contratação de Walter Avancini, ex-diretor no Núcleo de Projetos Especiais da Globo.

Walter Avancini é contratado com objetivo de elaborar um projeto para as telenovelas da emissora, instalar e dirigir o núcleo de teledramaturgia. A imprensa, na oportunidade ressaltava a contratação de Avancini como sendo um salto de qualidade nas telenovelas do SBT: *“Ao acertar o contrato onde assume o compromisso de instalar, desenvolver e dirigir um núcleo de teledramaturgia para o SBT, disse ao proprietário da emissora Sílvio Santos, que pretendia em dois anos atingir a média de dez pontos no Ibope.”*<sup>25</sup>

Na verdade, Avancini percebe a necessidade de se definir e cristalizar uma identidade de telenovelas para o SBT, uma cultura. Neste sentido ele propõe como ponto de partida: produção de novelas para os três horários - 18, 19 e 20 horas. *‘A idéia não é competir com ninguém neste primeiro momento, mas criar a identidade da emissora’*, resalta Avancini.<sup>26</sup>

A primeira produção teledramatúrgica sob a direção de Walter Avancini no SBT foi **Brasileiras e Brasileiros**. A obra baseada no neo-realismo tinha o objetivo, a princípio, trabalhar as ingenuidades da população da periferia de São Paulo. No entanto, a novela se revelou um grande erro, principalmente porque discutia, justamente, os problemas das camadas mais pobres da população. Algo inadmissível para uma novela, que se pretende entreter. Ismael Fernandes entende **Brasileiras e Brasileiros** como um dos maiores equívocos da teledramaturgia nacional: *“A proposta de fazer uma telenovela centralizada nos problemas e angústias da camada pobre da população não rendeu bons frutos. Foi mesmo um desastre para o horário da novela (que mudou várias vezes) e para*

---

<sup>25</sup> s/a. *O toque de Midas*. IN: Revista Isto É. n.º 1091. São Paulo: s/ed., 15 de agosto de 1990, p. 60

<sup>26</sup> Idem, *ibidem*.

*a emissora que viu seus patrocinadores desaparecerem ante tal argumento miserável. O escorregão foi grande demais. Talvez o maior tropeço da telenovela brasileira”.*<sup>27</sup>

Outros colaboram à análise de Fernandes, como o próprio Sílvio Santos citado por José Mario Ortiz Ramos: *“La novela Brasileños y brasileñas fue una tentativa de Avancini. El creía que ese llamado neo-realismo podría funcionar en Brasil, aunque todos nosotros, aquí en la SBT, tuviéramos dudas. Fue un accidente que pudo suceder conmigo, como puede suceder con Gilberto Braga.”*<sup>28</sup>

A análise de Sílvio Santos está pautada na viabilidade econômica da novela. Ela alcançou 5 pontos de média na audiência. Por outro lado a crítica foi generosa nos elogios a iniciativa de Walter Avancini.

O fracasso de **Brasileiras e Brasileiros** só veio a justificar o argumento de Sílvio Santos sobre as telenovelas mexicanas e seu apego ao popular: *“No encuentro que la novela mexicana sea un retroceso. Por el contrario. Es una evolución”.*<sup>29</sup>

Com este entendimento, Sílvio Santos retoma as importações em 1991, com duas telenovelas mexicanas. A primeira voltada ao público infantil - **Carrossel**. A segunda, **Rosa Selvagem** bem ao estilo melodrama.

A exibição de **Carrossel** foi significativa no sentido de colocar em xeque a posição hegemônica da TV Globo. A proposta infantil de **Carrossel** rendeu ao SBT picos de 21 pontos na audiência. Número significativo uma vez que disputava com o **Jornal Nacional** e **O Dono do Mundo** de Gilberto Braga. **Carrossel** foi uma surpresa geral. Nem mesmo os diretores das emissoras conseguiam explicar o crescimento de uma novela mexicana: *Na quarta-feira, 5, Carrossel atingiu os 21 pontos de audiência, contra 41 da novela da Globo. Rosa Selvagem atingiu 15 pontos, enquanto a história de Gilberto Braga alcançava 38. O fenômeno da migração da audiência surpreende não somente a cúpula da Globo, mas também a direção da emissora de Sílvio Santos.*<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Fernandes, op. cit., p. 368-369

<sup>28</sup> Ramos, op. cit., p. 10-11

<sup>29</sup> Idem, ibidem.

<sup>30</sup> s/a. *O Tropeço do dono*. IN: Revista Isto É, n.º 1133. São Paulo, 12 de junho de 1991, p. 55-56

Rubens Carvalho, superintendente comercial e de marketing do SBT, afirmava na época que a ascensão da emissora na audiência não se deve apenas a um fenômeno relacionado a competição entre as novelas mexicanas e as da TV Globo. Ele argumentava que a audiência dos programas do SBT cresce gradualmente: “...a escalada tem início às 18h30min com a exibição do noticiário *Aqui Agora*, e vai até o *Jornal do SBT*, no fim da noite, apresentado por *Lilian Witte Fibe*, ex-Globo, em papel bem menor (TV GLOBO), no noticiário da emissora, do que aquele central que ocupa atualmente. Ou seja, não se trata de um fenômeno relacionado apenas com a competição entre as novelas mexicanas e as da Globo, mas com algo mais abrangente, que arranha a hegemonia do *Jornal Nacional* e da programação pós-novela das oito da rede de Roberto Marinho.”<sup>31</sup>

Além de pôr em questão a posição majoritária da TV Globo sobre as produções de telenovelas, **Carrossel** foi uma novela barata. Com um custo de 5 mil dólares por capítulo e uma audiência média próxima aos 20 pontos, ela se transforma em um bom investimento para a emissora. Sem dúvida, este drama infantil estabeleceu um dos melhores momentos para a teledramaturgia do SBT. Num estudo preliminar da programação televisiva brasileira, A hegemonia da telenovela, os autores Ofélia Morales e Narciso Julio Lobo identificam os primeiros anos da década de 90 como sendo dominado pelas telenovelas latino-americanas. Anamaria Fadul define o período como sendo o *boom* da telenovela latino-americana no Brasil. De 1990 a 1992, o SBT exhibe telenovelas mexicanas, venezuelanas e argentinas<sup>32</sup> As duas maiores emissoras do país foram responsáveis por nada menos que 70% das exibições do gênero na televisão.

Independente dos bons resultados conseguidos com as importações latino-americanas, o SBT não perdia a perspectiva de produzir telenovelas novamente. Em vários momentos diretores do SBT demonstram a intenção de retomar a produção de novelas.

---

<sup>31</sup> Idem, *ibidem*.

<sup>32</sup> Ofélia Elisa Torres Morales (Universidade de São Paulo) e Narciso Julio Freire Lobo (Universidade do Amazonas). *A Hegemonia da Telenovela (Estudo Preliminar da Programação Televisiva Brasileira)*. IN: Revista da INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicação. Vol. XIX. n.º 1. São Paulo: Janeiro/Junho de 1996.

*“A possibilidade de lucro certo,..., não implica a mexicanização do SBT ou o investimento em massa em programas enlatados. O projeto é retornar à produção das novelas nacionais, paralisadas depois do fracasso de Brasileiras e Brasileiros, que deu prejuízo e empacou nos cinco pontos de audiência.”*<sup>33</sup>

Tal intenção evidencia a falta de uma proposta para as telenovelas. Mesmo com a presença de pessoas experientes e capacitadas na direção do núcleo como Walter Avancini e Rubens Carvalho, é difícil identificar qual será o projeto da emissora para o momento seguinte.

Nessas indefinições, o SBT retoma a produção de telenovelas, procurando adotar o mesmo caminho da TV Globo. No entanto, agora a emissora busca centralizar suas novelas em produções de época como **Éramos Seis** em 1995 e **Pupilas do Senhor Reitor** em 1994-95. Com essas iniciativas a emissora procurava se diferenciar da concorrente. Seguindo essa estratégia, a emissora optou pelos *remakes*.

*Passou o tempo da segmentação, quando as Tvs achavam que novela era mesmo com a Globo e preferiam investir numa programação diferenciada, mostrando mais esportes (Bandeirantes), jornalismo (Manchete) ou programas de auditório (SBT). Hoje em dia se sabe que a programação segmentada é coisa para a TV por assinatura. Assim, as emissoras resolveram voltar ao que realmente dá dinheiro: novela.”*<sup>34</sup>

**Éramos Seis** por exemplo, recebeu no SBT sua quarta versão. As novelas de época desenvolvidas neste período, **Pupilas do Senhor Reitor**, **Sangue do Meu Sangue** (1996) além de **Éramos Seis**, foram obras que mostraram riquezas nos detalhes.

No caminho de estabelecer uma concorrência mais aguda com produtos de melhor qualidade, Sílvio Santos investe na construção do Complexo Anhangüera<sup>35</sup>. A idéia é

---

<sup>33</sup> *O Tropeço do dono*. IN: *Revista Isto É*, n.º 1133. São Paulo, de 12 de junho de 1991, p. 55-56.

<sup>34</sup> s/a. *Hollywoods brasileiras*. IN: *Revista Veja*, n.º 1410. São Paulo: Ed. Abril de 20 de setembro de 1995, p. 122

<sup>35</sup> O Complexo Anhangüera, concluído em 1996, está localizado a 17 quilômetros de São Paulo onde funcionam oito estúdios, fábrica de cenários, telejornalismo e todo o setor administrativo, além das cidades cenográficas da emissora. Dos oito estúdios do complexo, que perfazem um total de 5.476 metros quadrados, três desses são para shows e possuem 720 metros quadrados cada. Há um

baratear os custos de produção e garantir melhor qualidade nas produções: “*Em locais afastados é mais fácil evitar o barulho de carros e aviões.*”, justifica João Nascimento, 42 anos, responsável pela cenografia de *Sangue do Meu Sangue*, do SBT.”<sup>36</sup>

No caso específico de **Éramos Seis**, Sílvio Santos mais uma vez interferindo nas decisões do núcleo, decidiu colocar a novela em dois horários. Isto dava ao departamento comercial da emissora, a condição de comercializar os espaços publicitários em dois horários. A novela entrava no ar às 19h40min alcançando uma média de 12 pontos na audiência. Na segunda apresentação ela não tinha horário definido para entrar, porque a TV Globo atrasava o encerramento da novela **Fera Ferida** que começava após o **Jornal Nacional**. Mesmo assim, **Éramos Seis**, conseguiu índices próximos aos 13 pontos. Na lógica, quem assistiu a novela no primeiro horário, não assistirá no segundo. Portanto, ao somar os números dos dois horários, a emissora contabiliza 25 pontos, facilitando sua comercialização: “*Dessa forma, o custo de 32 000 dólares por capítulo poderá cair pela metade com as duas exibições diárias e dois tipos de patrocinador*”.<sup>37</sup>

Neste confronto de redes, destaca-se a percepção de Sílvio Santos, que vincula a programação de sua emissora a partir dos programas exibidos pela concorrente, chegando ao ponto de se utilizar de seu próprio horário, aos domingos, para dar mensagens dos programas vinculados pela outra emissora. Imediatamente, a TV Globo passou a atrasar

---

estúdio de Esporte com 100 metros quadrados. Um estúdio de Jornalismo com 768 metros quadrados. Três estúdios de novelas, dois com 840 metros quadrados cada e um com 768 metros quadrados. Na parte externa do Complexo, além Cidade Cenográfica construída numa área de 2.000 metros quadrados, há ainda um espaço destinado ao lazer dos funcionários dotado de quadras de tênis, campos de futebol entre outras coisas. O Complexo conta ainda com heliporto, praça de convivência, mini-hospital, dois restaurantes e três estacionamentos.

<sup>36</sup> s/a. *Hollywoods brasileiras*. IN: Revista Veja, n° 1410. São Paulo: Ed. Abril de 20 de setembro de 1995, p. 122

<sup>37</sup> s/a. *Por um lugar ao Sol*. IN: Revista Veja, n° 1340. São Paulo: Ed. Abril de 18 de maio de 1994, p. 106

seus programas, empurrando as atrações do SBT para o final da noite. Uma briga que envolve centenas de milhares de dólares.

Além das novelas de época, o SBT exhibe **Dona Anja** e **Ossos do Barão**. A primeira, produção independente, escrita por Yoya Wursch e Cristiane Frifman. Paralelo a exibição de **Dona Anja**, a emissora exibiu **Os Ossos do Barão** de Walter George Durst. Sua última produção teledramatúrgica, até o momento.

#### Características das Telenovelas do SBT

Como já foi dito, uma das principais características da produção de telenovela no SBT é a sua ciclicidade. Verificando no gráfico a seguir, podemos notar que, tanto a produção-exibição quanto somente a exibição são sazonais, ou seja, apresentam altos e baixos. Somente no final da década de 80 é que a telenovela adquire uma certa continuidade, isto somente no que se refere a exibição. (seqüência 2 e 3)

Já no espaço da produção, o elemento cíclico continua presente. Ainda no gráfico podemos notar que a produção de telenovelas forma curvas (seqüência 1). A emissora não consegue manter a regularidade nas suas produções.

Essa irregularidade provoca três problemas centrais: o primeiro diz respeito a não formação de uma cultura teledramatúrgica na emissora. Na medida em que as incursões pelo gênero não são regulares, o telespectador da emissora não cria o hábito de assistir telenovelas. Mesmo que num primeiro momento esse hábito seja estabelecido com a freqüência e regularidade, quando ocorre a cessão deste gênero, o acordo tácito firmado entre o telespectador e o canal, é simplesmente quebrado. As justificativas da emissora para essas atitudes estão sustentadas na falta de condições financeiras para a realização de telenovelas. Sem dúvida, o objetivo do SBT é permanecer com as produções de novelas o mais tempo no ar, no entanto, os problemas financeiros obrigam a mesma, a encerrar as produções, optando por importar novelas já prontas. O segundo problema se refere a dinâmica da empresa que, sem proposta definida para o gênero, não pode pensar sua programação a médio e longo prazo. E por último, os problemas técnicos decorrentes da contratação-manutenção de pessoal necessário para a viabilização das telenovelas, como atores, produtores, diretores, etc.

Neste espaço de atuação do SBT, no gênero telenovela, compreendido entre 1977 a 1997, pode-se estabelecer algumas relações na busca de traçar um perfil da teledramaturgia da emissora.

O primeiro ponto a destacar faz referência às opções da emissora no que tange a importação: não obstante as produções de textos originais - ambientado no cotidiano brasileiro e produções “de época” - a emissora busca em outros países soluções para evitar que seu espaço ficcional acabe, a partir da importação de textos, de novelas prontas e de parcerias.

A preferência na importação de produtos acabados e de roteiros pelo SBT se restringe basicamente a três países: México, Venezuela e Argentina.

Sobre os textos importados adaptados no Brasil podemos destacar o México (Televisa) como principal fornecedor. De 1982 a 1984 foram nada menos que 12 adaptações, sendo que destas, 11 provenientes da roteirista Marissa Garrido. Paralelo as adaptações, o mesmo período foi permeado por produções importadas. Aqui não somente de origem mexicana, mas também venezuelana e argentina. No total, o SBT exibiu 13 novelas importadas. As mais de 25 inserções de obras latinas nestes 20 anos de emissora contribuíram para a formação da principal característica da emissora do espaço ficcional: o de ser um canal dos “dramalhões”.

No que se refere as relações com países latino-americanos, o SBT, nos últimos anos, tem estabelecido estreitas ligações com a Argentina. Por duas vezes, a emissora firmou parceria com produtoras e emissoras argentinas objetivando a realização de produções conjuntas. A destacar **Antônio Alves, Taxista** e mais recentemente **Chiquititas**. Ambas, além de serem coproduções, contaram com a participação de atores brasileiros interpretando textos ambientados na Argentina. No caso específico de **Chiquititas**, os atores mirins moram e estudam em Buenos Aires. Essa novela repete no Brasil, o mesmo sucesso alcançado com o público platino há três anos.

Diante destas relações com países latino-americanos, - México e Argentina - as telenovelas funcionam como ponte, propiciando contato entre culturas relativamente próximas. Ou seja, além das relações econômicas entre países iniciadas após a revolução

industrial<sup>38</sup>, tem-se a partir das telenovelas um importante canal de troca de produtos culturais. As relações entre os povos se ampliam na medida em que valores específicos de cada cultura são compartilhados. Quando o SBT opta por importar produções ou mesmo adaptar roteiros está realizando o caminho inverso executado pela TV Globo quando estende seu mercado de telenovelas para outros países, principalmente os da América Latina e Caribe. Portanto, os fluxos culturais estabelecidos se apresentam como uma via de mão dupla, mesmo em se tratando de culturas aparentemente diferenciadas. *“Na aldeia global, além das mercadorias convencionais, sob formas antigas e atuais, empacotam-se e vendem-se as informações. Estas são comercializadas como mercadorias e comercializadas em escala mundial. As informações, os **entretenimentos** (grifo meu) e as idéias são produzidas, comercializadas e consumidas como mercadorias.”*<sup>39</sup>

A busca pelos produtos argentinos (telenovelas) se deve, em parte, ao acordo firmado entre a rede de televisão brasileira CNT e a rede mexicana Televisa, no primeiro semestre de 1997. O acordo dá exclusividade para a CNT na aquisição de novelas da empresa mexicana, impossibilitando o SBT de comprar novas produções daquela rede. Além disso, as produções argentinas são de melhor qualidade que as mexicanas, o que facilita sua aceitabilidade pelo público brasileiro já acostumado com as grandes produções globais nesse campo.

Do ponto de vista econômico, as transações com o mercado dos países latinos estão sendo facilitadas com o gradativo fortalecimento do Mercosul - Mercado Comum do Cone Sul e o intercâmbio econômico que existe com outros produtos passa a ocorrer no espaço das produções culturais - as telenovelas.

Nesse leque de opções, o SBT se transforma no meio de entrada dos produtos culturais latino-americanos no Brasil. Sem dúvida nenhuma, a ascensão quantitativa/qualitativa das telenovelas produzidas fora do país e exibidas em nosso mercado dão ao telespectador mais uma opção de entretenimento.

---

<sup>38</sup>Octavio Ianni. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995, p.

<sup>39</sup> Idem, p. 16.

Entretanto não é somente de importação que se caracteriza a teledramatúrgia do SBT. A emissora, nos últimos anos, tem seus objetivos voltados ao mercado externo. A novela **As Pupilas do Senhor Reitor** foi produzida também para ser exibida em Portugal, num acordo com a RTP - Rede de Televisão Portuguesa. No primeiro semestre de 1998, o SBT participará, nos Estados Unidos, de uma feira mundial de produções ficcionais, na qual a emissora apresentará as últimas produções, entre elas **Os Ossos do Barão, Colégio Brasil**, além de **As Pupilas do Senhor Reitor**. Com isto a emissora espera ampliar o espaço de telenovelas para exportação.

#### Conclusão

Ao longo desses quase 20 anos de iniciativas no campo da teledramaturgia, o Sistema Brasileiro de Televisão tem mostrado que ainda não tem uma proposta definitiva para o setor. Suas constantes entradas e saídas na área de produções de telenovelas, bem como sua descontinuidade nas exibições, levam a emissora a perder sistematicamente o necessário vínculo do gênero com o telespectador. A prática da emissora demonstra que ela ainda não encontrou a fórmula para as telenovelas, mesmo tendo claro que uma das saídas para equilibrar a disputa pelo primeiro lugar seja o investimento em teledramaturgia.

Quando a emissora opta pelas produções importadas ou adaptações de textos latinos, os chamadas “dramalhões mexicanos”, ela está propondo uma alternativa viável ao público, buscando desta forma um produto diferenciado dos da TV Globo. Viável porque tem um produto de custo relativamente baixo e ao mesmo tempo um certo retorno de audiência, mesmo que com isto, não alcance significativa faixa de audiência a ponto de propor embate mais sério com a emissora líder. Alternativo porque seu público, centrado basicamente nas camadas mais populares tem acesso a um produto de mais fácil assimilação, sem impor ao telespectador, compromisso mais sério com as telenovelas.

Destaca-se que, ao longo desses últimos cinco anos, o SBT tem aumentado a qualidade de suas produções, principalmente em se tratando de tramas de época. A qualidade das últimas novelas de época foram marcantes mesmo não alcançando índices altos de audiência.

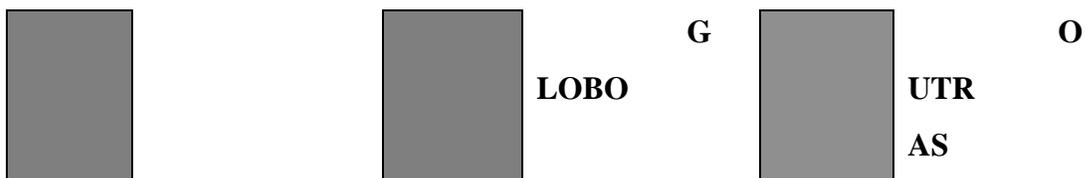
A construção do Complexo Anhangüera tem possibilitado à emissora e ao setor de telenovelas a produção de obras com maior qualidade técnica, além de otimizar os custos de sua viabilização. Ao priorizar as coproduções com a Telefe (Argentina), o SBT objetiva igualmente a realização de melhores obras, além de explorar as facilidades que o Mercosul propicia aos países participantes.

Essas iniciativas somadas as outras de cunho mais específico, como a apresentação de programas para públicos determinados como: Sérgio Groismam - juvenil; Jô Soares - *talk show*; Fórmula Indy - esporte, tem possibilitado a emissora a ampliação de um mercado também específico de anunciantes. Outro fator que contribuiu para o aumento da participação da emissora no mercado foi o crescente poder de compra das classes mais populares, adquiridas após o Plano Real. Nos últimos 8 anos, o SBT elevou sua participação em 50%, passando assim a absorver 24% do total de investimento, como demonstra a tabela a seguir:

Participação do SBT no investimento publicitário - Brasil

9 9 6	2 4	45	3 1
9 9 5	2 4	45	3 1
9 9 4	2 3	44	33
9	2 4	45	3 1

9 3			
9 9 2	3	2	45 32
9 9 1	4	2	45 3
9 9 0	1	2	50 2
9 8 9	7		53 3
9 8 8	6		55 2



Não se pode desconsiderar que a política do SBT ainda está nas mãos de seu proprietário Sílvio Santos, que invariavelmente interfere nas decisões dos vários setores da empresa. Por mais que seja uma empresa bem organizada,

atuando em vários setores da comunicação - televisão a cabo, Internet, a presença de Sílvia Santos é forte.