

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO – FAGED
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

VICTOR PEREIRA ALBERGARIA

SUSPEITEI DESDE O PRINCÍPIO:

**ESTUDO DE CASO SOBRE AS COBERTURAS TELEVISIVAS DOS CANAIS FOROtv E SBT
DA MORTE DE ROBERTO GÓMEZ BOLAÑOS**

UBERLÂNDIA - MG

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO – FAGED
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

VICTOR PEREIRA ALBERGARIA

SUSPEITEI DESDE O PRINCÍPIO:

**ESTUDO DE CASO SOBRE AS COBERTURAS TELEVISIVAS DOS CANAIS FOROtv E SBT
DA MORTE DE ROBERTO GÓMEZ BOLAÑOS**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Vanessa Matos dos Santos

UBERLÂNDIA - MG

2015

VICTOR PEREIRA ALBERGARIA

SUSPEITEI DESDE O PRINCÍPIO:

**ESTUDO DE CASO SOBRE AS COBERTURAS TELEVISIVAS DOS CANAIS FOROtv E SBT
DA MORTE DE ROBERTO GÓMEZ BOLAÑOS**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Vanessa Matos dos Santos (orientadora)

Prof. Dr. Marcelo Marques Araújo (examinador)

Prof. Dr. Gerson de Sousa (examinador)

Uberlândia, 17 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a todos que estiveram comigo e me incentivaram, de algum modo, a seguir em frente durante esse período de escrita do TCC.

Agradeço muitíssimo aos integrantes do meio CH que me auxiliaram na busca do corpus e da bibliografia, e que são também companheiros de longa data na partilha de conhecimento sobre Chespirito e suas obras.

Aos meus companheiros de todos os momentos, em especial Leonardo, Maria Luísa, Augusto, Rinaldo, Cindy e Jhonatas, incentivadores deste trabalho e camaradas nos momentos de desespero e de comemoração. Vocês são inesquecíveis.

Um agradecimento especial também à prof.^a dr.^a Sandra Garcia, que desde o princípio do curso me estendeu a mão e me levantou nas horas de tristeza e dificuldade. Você é uma das principais responsáveis por ter chegado onde cheguei.

A meus pais Marcos e Tuca, e minha avó Maria, pela base e apoio de todo esse período acadêmico, meu eterno obrigado.

Meu irmão Arthur e minha cunhada Michelle, obrigado pela força e pelas acolhidas, churrascadas e risadas para meu descanso em Itumbiara. Ágatha e Théo, meus sobrinhos, vocês sempre serão minha inspiração.

À minha orientadora, amiga, companheira e mãe acadêmica, prof.^a dr.^a Vanessa Matos dos Santos, meu infinito obrigado por tudo. Você me pôs para cima nas horas mais difíceis. Meu amor e carinho por você são eternos.

Mas, em especial agradeço a Roberto Gómez Bolaños e Marcelo Gastaldi, os responsáveis pelo sucesso das séries CH, que em vários momentos estiveram ao meu lado me auxiliando na escrita e leitura. A presença de vocês foi forte e me emocionou inúmeras vezes. ¡Gracias por siempre!

*“Pau que nasce torto
E te direi quem és”.*

Chaplin Colorado

ALBERGARIA, Victor Pereira. **Suspeitei desde o princípio:** estudo de caso sobre as coberturas televisivas dos canais FOROtv e SBT da morte de Roberto Gómez Bolaños. 2015. 142 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

RESUMO

Este trabalho consiste no estudo de caso entre as coberturas do falecimento do ator e comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños, o “Chespirito”, feitas pelo canal FOROtv, pertencente ao conglomerado de mídias Televisa, que abrange diversas atividades comerciais de grande importância para a cultura mexicana, e pelo Sistema Brasileiro de Televisão, canal fundado em 1981 pelo animador e empresário Silvio Santos e com viés de programação popular. Baseando-se nos estudos culturais e nas análises de Nestor García Canclini e Renato Ortiz, aliadas aos estudos sobre globalização de Octavio Ianni, a pesquisa analisa as estruturas de mercado das duas emissoras além do próprio meio televisivo. Com auxílio de autores como Philippe Ariés, pode-se observar como a morte é enfocada nos dias atuais, além de seus desdobramentos culturais no contexto mexicano. O estudo de caso aqui apresentado demonstra que as coberturas da mídia em casos de morte reagem a partir da importância do personagem para a identidade cultural de seu público.

Palavras-chave: Roberto Bolaños, Chespirito, Cobertura de mídia, Televisão, Morte.

ALBERGARIA, Victor Pereira. **Suspeitei desde o princípio:** estudo de caso sobre as coberturas televisivas dos canais FOROtv e SBT da morte de Roberto Gómez Bolaños. 2015. 142 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

RESUMÉN

Este trabajo es un estudio de caso de las coberturas de la muerte del actor y comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños, el "Chespirito", hechas por el canal FOROtv, propiedad del conglomerado de medios de comunicación Televisa, que abarca diversas actividades comerciales de gran importancia para la cultura en México, y por el Sistema Brasileiro de Televisão, canal fundado en 1981 por el animador y empresario Silvio Santos con el sesgo de programación popular. Con base en los estudios y análisis culturales de Néstor García Canclini y Renato Ortiz, aliados a los estudios sociales sobre la globalización de Octavio Ianni, estructuras de mercado se analizarán desde las dos estaciones hasta más allá del medio televisivo en sí. Con la ayuda de autores como Philippe Ariès, se puede ver como la muerte se centra hoy en día, así como sus desarrollos culturales en el contexto mexicano. El estudio de caso que aquí se presenta muestra que la cobertura de los medios de comunicación en casos de muerte está relacionada con la importancia del personaje para la identidad cultural de su público.

Palabras-clave: Roberto Bolaños, Chespirito, Cobertura de los medios, Televisión, Muerte.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparativo da distribuição da audiência do SBT por classe socioeconômica na Grande São Paulo - 1982/1988 (média anual - %)	41
--	----

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Relações do Grupo Televisa com outras estruturas de poder no México e no mundo.....	17
Imagem 2 - Incidência dos assuntos mais comentados no Twitter nas Américas Central e do Sul em 28/11/2014	70
Imagem 3 -Visão geral da capela improvisada pela Televisa nos estúdios de San Ángel	72
Imagem 4 - Incursão ao vivo dentro do programa "Sabadazo", do Canal de Las Estrellas	73
Imagem 5 - Carro aberto levou Chespirito ao estádio Azteca.....	74
Imagem 6 - Visão parcial do Azteca pouco antes da chegada do corpo de Chespirito	76
Imagem 7 - Caixaão de Chespirito no Panteón Francés.....	77
Imagem 8 - Primeiro GC anunciando a morte de Bolaños.....	84
Imagem 9 - Primeira arte gráfica referente à morte de Bolaños.....	86
Imagem 10 - Segunda arte estática em homenagem a Chespirito	89
Imagem 11 - “Gracias por Siempre, Chespirito”	91
Imagem 12 - Estrelas formam símbolo da Televisa e arco negro passa a compor.....	96
Imagem 13 – O livro de Bolaños.....	96
Imagem 14 – Vinheta “Gracias por Siempre Chespirito”	98
Imagem 15 – logomarca do FOROtv no barril do Chaves	100
Imagem 16 - O vídeo especial “Gracias por Siempre Chespirito”	102
Imagem 17 – Homens carregam o corpo de Bolaños dentro de San Ángel	103
Imagem 18 - O cortejo de Bolaños pelas lentes do FOROtv	105
Imagem 19 – Cenário do SBT Brasil estilizado com a figura de Chaves	108
Imagem 20 – Homenagem “Obrigado, Chaves”	111
Imagem 21 – A manhã de sábado no SBT	113
Imagem 22 – O SBT Brasil do dia 29/11/2014	116
Imagem 23 - Eliana e Carlos Nascimento	117
Imagem 24 – Eliana se emociona com cortejo de Roberto Gómez Bolaños.....	119
Imagem 25 – Danilo Gentili adentra o palco estilizado do “Eliana”	121
Imagem 26 - Magdalena Bonfiglioli direto do estádio Azteca.....	122

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A TELEVISÃO	11
2.1 O início	11
2.2 A mundialização da produção da Televisa	13
2.3 A criação e o modelo de programação do FOROtv	20
2.4 A dimensão cultural de Roberto Gómez Bolaños	22
2.4.1 A importância de Chespirito para a Televisa	28
3 O SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO	30
3.1 A fundação	30
3.3 A parceria com a Televisa	44
3.4 A importância de Chespirito para o SBT	49
3.4.1 A dublagem MAGA.....	53
4 A MORTE E O MORRER	58
4.1 Os vieses culturais	58
4.2 O cenário mexicano	60
4.3 Na televisão	63
4.4 A morte de Roberto Gómez Bolaños.....	67
5 CAPÍTULO METODOLÓGICO: ESTUDO DE CASO	78
5.1 Universo e recorte da pesquisa	83
5.2 A cobertura do FOROtv.....	84
5.3 A cobertura do SBT	106
5.4 Análises gerais	123
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	128
REFERÊNCIAS	130

ANEXO - DVD contendo os vídeos que compõem o universo desta pesquisa.

1 INTRODUÇÃO

O ator e comediante Roberto Bolaños foi um dos principais homens de televisão no século XX no espaço da América Latina. Iniciando a carreira em tempos próximos aos da instalação deste meio de comunicação no México, seu país de origem, na metade dos anos 1950, logo alcançou sucesso como roteirista da dupla Viruta e Capulina no programa *Cómicos y Canciones*. Desejando alçar voos mais altos, conquistou seu próprio programa e, durante vinte e cinco anos, se consagrou como peça importante na programação da Televisa, principal rede de televisão mexicana e que congrega uma audiência de mais de 70% de audiência em seu país (AYULARDO et al, 2011).

Mas, o sucesso de seus programas não se resguardou apenas ao território mexicano: ao longo dos anos 1970, os programas *El Chavo del Ocho* e *El Chapulín Colorado* se firmaram como líderes em audiência na maior parte dos países em que eram transmitidos (MAIA, 2003). No Brasil, as séries chegaram em 1984, e até os dias atuais são transmitidas pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), tendo se tornado um dos principais programas da televisão nacional, mesmo sendo produzidas em outro país.

No dia 28 de novembro de 2014, após sucessivos problemas de saúde, o comediante, conhecido também como Chespirito, faleceu em sua casa aos 85 anos de idade, na cidade de Cancún, extremo sudoeste mexicano. Naquele dia, emissoras de todo o continente americano se mobilizaram para construir uma grande cobertura que abrangesse não apenas a notícia da morte, mas também a importância cultural que seus trabalhos atingiram, deixando a entender que, apesar de seu morrer carnal, sua obra seria considerada imortal.

Assim, este trabalho monográfico analisa o modo como a morte de Roberto Bolaños foi tratada por duas emissoras que se enquadram neste contexto latino-americano: o FOROtv, emissora noticiosa do grupo Televisa, e o próprio SBT, que possui estreita ligação com as mídias da família Azcárraga, aproximando-se assim do seu estilo de programação. Outros pontos de grande relevância para este trabalho são abordados ao longo de capítulos específicos, como a criação de ambas as emissoras e os modelos de negócios que as gerem, a importância e relevância cultural de Chespirito para ambas as emissoras, e os vieses da morte, analisados por importantes teóricos, dentro do ocidente e em determinados contextos, como o da população mexicana e o modo de encará-la através dos *media*.

Esta pesquisa utiliza o estudo de caso, amparado pelas referências teóricas de Robert Yin e Susanna Priest e cujos métodos atendem às necessidades primordiais deste trabalho, que

abarcam, principalmente, a importância do homem Roberto Bolaños para a construção de identidade através da televisão e, conseqüentemente, para o modo como foram realizadas as coberturas acerca de sua morte.

Para tanto, o trabalho está embasado nos estudos de três teóricos. O primeiro deles é o sociólogo brasileiro Octavio Ianni, que em seus estudos dialoga com os paradigmas das ciências sociais na época da globalização, em especial com seu livro *A Sociedade Global*; o segundo deles é o argentino Néstor Garcia Canclini, que avaliou o processo de hibridização da cultura em determinados contextos, especialmente na América Latina; e o brasileiro Renato Ortiz, que aqui tem analisados alguns de seus textos acerca da mundialização da cultura.

Nosso universo é formado, basicamente, pelos vídeos disponíveis na internet e que compreendem as transmissões tanto de FOROtv como de SBT nos dias 28, 29 e 30 de novembro de 2014, datas que marcaram, respectivamente, a morte de Bolaños, sua chegada à capital do México e a grande homenagem organizada pela Televisa no estádio Azteca, símbolo do futebol mexicano. Ao todo, foram recolhidas mais de 30 horas de programação, mas dentro deste trabalho, como recorte, são detalhadas pouco mais de 8 horas de transmissões das duas emissoras. Essa seleção se deu por conveniência (PRIEST, 2001), ou seja, o recorte é composto por vídeos que destacam como Roberto Bolaños conduziu um trabalho de grande importância junto à televisão latino-americana, sendo inclusive responsável pela criação de uma identidade cultural.

Junto às considerações finais, a pesquisa relembra os principais assuntos abordados no decorrer do estudo de caso, além de ressaltar a importância que este trabalho pode desempenhar em estudos futuros acerca da construção de identidades e de culturas na sociedade globalizada por meio da televisão, além de avaliar como se dá a cobertura da mídia em casos de grande repercussão ou, como neste caso, de Grandes Mortes, de acordo com a definição de Mouillaud (2002).

2 A TELEVISÃO

Para iniciarmos esta análise, devemos primeiramente estudar e compreender os meios que engendraram o objeto deste trabalho. Portanto, vamos abarcar agora como surgiu o grande conglomerado de emissoras que formam hoje a rede Televisa, um dos maiores grupos midiáticos de todo o mundo. Entretanto, devemos iniciar este capítulo remontando à instalação da televisão comercial no México.

2.1 O início

Tudo se volta para o ano de 1934, quando o engenheiro Guillermo Gonzáles Camarena inicia os testes visando criar programas de televisão, auxiliado por rádio atrizes. Logo consegue a liberação do governo mexicano para aprofundar seus estudos, tornando-se responsável por desenvolver os melhores equipamentos e buscar no exterior as melhores equipes para a implantação da nova tecnologia naquele país, de acordo com Barquera (1989, p.20).

Durante sete anos, os testes se reservariam aos chamados circuitos fechados, sendo que em 1942, tem concedida a permissão para trabalhar sob o prefixo da XH1GC, concebendo, assim, a primeira transmissão de imagens via ondas espaciais em território mexicano. Nos sete anos seguintes, nos governos Manuel Ávila Camacho e Miguel Alemán Valdez, diversos executivos e empresários solicitaram a concessão de seus próprios canais de televisão enquanto os estudos de Gonzáles Camarena se aprofundavam. Dentre estes, estava Emílio Azcárraga Vidaurreta, que segundo Chávez (2007, p. 3-4), se tornou importante empresário no cenário mexicano a partir dos anos 1920, quando:

Adquire uma pequena estação de rádio que transmitia para a zona sul da capital mexicana [...]. Anos depois, conseguiu a concessão para o México da RCA Victor [...]. Em setembro de 1930, foi fundada a XEW, primeira emissora de rádio comercial do México. A maior parte dela estava em poder da México Music Corporation, propriedade de Emilio Azcárraga Vidaurreta, formando parte da National Broadcasting Corporation.

Em 1946, forma-se no México a Televisión Asociada, que unia os proprietários de emissoras de televisão de toda a América Latina com a finalidade de pressionar seus governos em prol da prioridade de uso comercial do novo meio que se instalava. Vidaurreta se tornou presidente da entidade, auxiliado pelo também mexicano Clemente Martínez, pelo cubano Goar

Mestre e pelo uruguaio Raúl Fontaine (BARQUERA, 1989, p. 21). Entretanto, nenhum dos fundadores do grupo seriam pioneiros em seus países: por exemplo, Vidarrueta viu Rômulo O'Farrill, outro magnata, sair na frente das concessões oferecidas pelo governo de Alemán Valdés (CADENA, 2008).

Em 1950 entra no ar a televisão comercial mexicana. Em 31 de agosto, o canal 4 (a XHTV), de propriedade de O'Farrill, passa a emitir uma transmissão direto do Jockey Club da Cidade do México (BARQUERA, 1989, p. 24). Em 21 de maio do ano seguinte, iniciam-se as transmissões regulares do canal 2, a XEWTV – da família Azcárraga –, e só em 1952 é fundada a terceira cadeia comercial do México, o canal 5 XHGC – concedida ao engenheiro Gonzáles Camarena.

Entretanto, a crise econômica mexicana se instala também no meio televisivo: em 1955, os três empresários decidem unir-se e formar uma única empresa, o Telesistema Mexicano S.A. Assim como diz Cháves (2007, p.4), a lei mexicana proibia a prática do monopólio dos meios de comunicação, mas a fusão seria a saída para Azcárraga Vidaurreta vislumbrar o que viria a ser seu grande império de comunicações anos mais tarde. A junção, no fim das contas, foi bastante exitosa. Por quase doze anos, o poderio econômico de Azcárraga e O'Farrill, unido ao conhecimento técnico de Camarena, se tornou absoluto no México, já que o império comunicacional atingiu praticamente todo o país, com a importação de satélites americanos e europeus, como o INTELSAT III, além de se tornar a primeira emissora da América Latina a fazer suas transmissões via TV a cabo. (BARQUERA, 1989, p. 32).

Em dezembro de 1972, se dá a fusão do Telesistema Mexicano com a TIM (Televisión Independiente de México, criada em 1968 pelo presidente Díaz Ordaz). O canal 8 passa agora a ser controlado pelo grupo recém-fundado Televisión Via Satélite S.A., ou Televisa. Ao todo, 75% das ações do grupo estariam nas mãos do TSM e os 25% restantes nas mãos da TIM, comandada por Bernardo Garza Sada. Para se ter uma ideia, o capital da Televisa cresceu, em seis meses após a fusão, 200.500.000 pesos (Ibid., p.34).

Explanados aqui os primórdios da fundação da televisão comercial no México e, conseqüentemente, a formação do monopólio que gerou a Televisa S.A., partamos ao próximo item deste capítulo.

2.2 A mundialização da produção da Televisa

Como vimos na introdução deste trabalho, é inviável podermos trafegar pelo caminho das exportações e pela mundialização da cultura sem antes falar sobre os três autores escolhidos para o embasamento inicial deste trabalho. Tanto Octavio Ianni, Renato Ortiz e Garcia Canclini contribuíram, cada um em sua vertente, para a fomentação do debate acerca das exportações culturais e da desterritorialização ocorrida nos últimos trinta anos.

Especificamente no caso do grupo Televisa, um dos maiores exportadores de programação televisiva no mundo (MATO, 2001), esses conceitos são claramente úteis para a explicação deste fenômeno. Especificamente no caso de Ianni (1997, p. 33), o movimento da globalização pode ser entendido como um processo de rupturas:

A globalização do mundo pode ser vista como um processo histórico-social de vastas proporções, abalando mais ou menos drasticamente os quadros sociais e mentais de referência de indivíduos e coletividades. Rompe e recria o mapa do mundo, inaugurando outros processos, outras estruturas e outras formas de sociabilidade, que se articulam ou impõem aos povos, tribos, nações e nacionalidades. [...] Os territórios e as fronteiras, os regimes políticos e os estilos de vida, as culturas e as civilizações parecem mesclar-se, tencionar-se e dinamizar-se em outras modalidades, direções ou possibilidades. [...] O imaginário de indivíduos e coletividades, em todo o mundo, passa a ser influenciado, muitas vezes decisivamente, pela mídia mundial; uma espécie de “príncipe eletrônico”, do qual nem Maquiavel nem Gramsci suspeitaram.

Sua última observação no excerto acima é de extremo valor para o entendimento deste trabalho. As fronteiras viram nada, as culturas são reviradas e redefinidas, os imaginários passam a ser movidos pelo que se transmite pelo grande círculo midiático que parece muitas vezes controlar toda a máquina mundial. Entretanto, não caberá a nós avaliar ou tratar com maniqueísmos esse processo, que decerto será usado para outras finalidades no entendimento deste trabalho.

Entretanto, ao vislumbrar que as relações merecem ser tratadas em escala global, não mais em medição local, Ianni nos dá a fonte de ligação direta com o trabalho de Renato Ortiz. Aliado às ideias de globalização e mundialização (este último termo difundido massivamente pelo autor em questão), afirma que hoje se é criada uma cultura internacional-popular, que visa atingir vários grupos sociais como expectantes de um produto comum. Independente das visões de mercado nacionais, quaisquer empresas têm suas lógicas de mercado ditadas pelo mercado mundial. Ou seja, corrobora-se o movimento ditado também pelo fim das fronteiras, onde o

mundo se torna um simples conjunto de “espaços produtivos integrados pelo *managing* global” (ORTIZ, 1993).

A visão do argentino Canclini (2011, p. 288-290) vai além: o estudioso propõe que o processo perpassa a visão de mercado e torna-se criadora e mantenedora da realidade em que vivemos. Há uma rediscussão da identidade urbana e do cotidiano das pessoas ao redor do mundo, em grande parte pelo que é oriundo das mídias digitais, conforme afirma a seguir:

As identidades coletivas encontram cada vez menos na cidade e em sua história, distante ou recente, seu palco constitutivo. As informações sobre as peripécias sociais são recebidas em casa, comentadas em família ou com amigos próximos. [...] Em uma escala mais ampla, é possível afirmar que o rádio e a televisão, ao relacionar patrimônios históricos, étnicos e regionais diversos, e difundi-los maciçamente, coordena as múltiplas temporalidades de espectadores diferentes. [...] Como quase tudo na cidade "acontece" porque a mídia o diz e como parece que ocorre como a mídia quer, acentua-se a mediatização social, o peso das encenações, as ações políticas se constituem enquanto imagens da política.

Sendo assim, podemos compartilhar da ideia de que a construção da sociedade moderna transpassa as barreiras do nacional e derruba os muros das cidades e das visões monocromáticas. Independente do processo de urbanização nas cidades, onde há um isolamento do indivíduo enquanto parte menor de uma comunidade, os meios audiovisuais (como o rádio e a TV) se encontram como formatadores de um novo esquema de sociedade.

Partindo desses princípios culturais, analisaremos agora as estratégias principais de mercado do grupo Televisa ao passar dos anos. Para isso, devemos voltar ao período que antecedeu o império da família Azcárraga.

A expansão do Telesistema Mexicano, propriedade de Azcarrágu, O’Farrill e Caramena, alcançava patamares nunca antes vistos na América Latina. A difusão de programas televisivos pelo território mexicano era enorme: possuía dezenas de repetidoras e afiliadas antes de 1960, ou seja, antes da primeira década completa pós-instalação da tecnologia no país. A importação de equipamentos não parava: em 1958, a XEFBTV (afiliada ao TSM) de Monterrey comprou um aparelho de vídeo-tape, o primeiro existente em todo o país. Assim como permite maior qualidade de edição, com a diminuição dos erros e cortes, a chegada desse equipamento em terras mexicanas, segundo Barquera (1989, p. 27), significou uma enorme expansão econômica do TSM naquele período:

[...] Mediante a gravação em vídeo-tape, ela começa nessa década a exportar programas - especialmente telenovelas – para a América Latina e Para os Estados Unidos. O primeiro programa gravado se transmitiu em 3 de abril de 1959 e se tratou da série *Puerta de Suspense*.

Deste modo, o início dos anos sessenta representa um marco da expansão do TSM para as programações de emissoras das Américas Central e do Sul, com a criação da Teleprogramas Acapulco, afiliada do TSM (BARQUERA, 1989, p.28). Mas o grande trunfo estava por vir no biênio 1961-1962, com a compra de duas estações televisivas no estado da Califórnia, nos Estados Unidos: uma em San Antonio e outra em Los Angeles, dando início a um grande investimento que formaria a *Spanish International Comunnications Corp.* (SICC) e a *Spanish International Network* (SIN), que administrariam as vendas e a distribuição de programas em solo americano, um trabalho pioneiro em língua latina nesse território (SARAGOZA; WILKENSON, 2012).

Anos mais tarde, já após a fundação da Televisa, em 1976, o grupo da família Azcárraga comprou 20% da SIN, e em 1983 todas as duzentas e quarenta estações de língua espanhola em território estadunidense estavam sob seu comando (BARQUERA apud CHÁVEZ, 2007). Por determinação da justiça americana, em 1982, Emílio Azcárraga Milmo (filho de Vidaurreta, morto em 1972) foi obrigado a vender sua participação na SICC, acusado pela justiça americana de apropriação de capital de cidadãos americanos para financiar a empresa. Assim, a SIN foi fundida com o sistema de cadeias televisivas da Univisión, que passaria a ser controlada pela UNIVISA, entidade que gerenciava outras sete grandes empresas de propriedade da Televisa dentro dos Estados Unidos. Hoje, a família Azcárraga possui pouco mais de 10% das ações da Univisión, e em contrato válido até 2017, possui 70% de programação diária da rede. (CHÁVEZ, 2007, p.4).

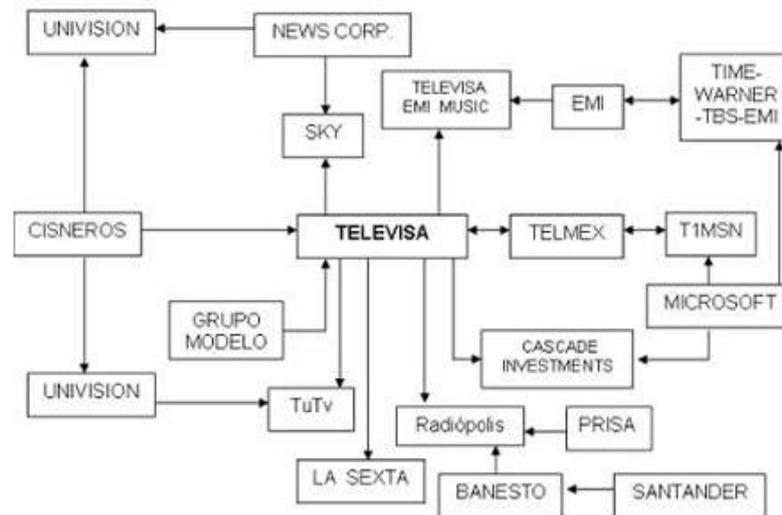
Outra grande prova de sua disposição em investir no mercado global de comunicação foi dada em 1998, quando implantou na Espanha a rede Galavisión, em parceria com a Eco Noticias, que transmitia programação 24 horas por dia gerada no México. Além deste plano, a intenção da empresa era fundar um empreendimento chamado de “Vía Digital”, com um esquema de criação de canais analógicos e digitais por meio de parcerias com a Telefónica. Mesmo com o insucesso do projeto inicial, o grupo dos Azcárraga consegue se firmar no país com a concessão do *LaSexta*, permitindo a operação de dois canais digitais em na península ibérica; além disso, a participação da Televisa no GAMP (Grupo Audiovisual de Meios de Produção) chegou a 40% em 2010. (CHÁVEZ, 2007, p.5)

Deste modo, o grupo Televisa se desenhava na metade da década de 2000 como um “gigante global da indústria”, colocando-se no papel de grande exportadora da indústria cultural mexicana e por se firmar em diversos países, seja como participante ou como intervencionista direta de meios específicos destes países. Destarte, não só fez-se deveras influente em território audiovisual como também se juntou a diversas outras empresas de escala global, dentre elas:

- Participação direta na EMI Music, uma das maiores gravadoras musicais do planeta, dando acesso direto ao grupo Time-Warner, gigante audiovisual da indústria estadunidense;
- Relações de administração partilhada de diversos empreendimentos com a Telmex, do multibilionário Carlos Slim;
- Consignações de interesses em território americano em parceria com a Univisión, da qual detém 10,5% de suas ações (como dito anteriormente neste trabalho);
- A participação de Ana Patrícia Botín O’Shea, herdeira do grupo Santander e influente cabeça da direita política espanhola, no conselho administrativa da Televisa;
- Aquisição, em 2007, de 99,9% do capital de ações da Editorial Atlántida na Argentina, líder no segmento de revistas naquele país, com onze publicações periódicas além de livros e páginas *web*;
- E, por fim, a compra da Bestel, empresa de telecomunicações em México por US\$225 milhões, a fim de expandir seus negócios por meio de televisões a cabo.

Tendo em vista os enormes braços que o mercado da Televisa alcançou nos últimos anos, podemos associar seu modelo de negócios à teoria do globalismo de Ianni. Em suma, podemos definir que o modo de produção do capitalismo acaba por reconfigurar-se constantemente, produzindo e alcançando o controle social em larga escala mundial. Aliado ao pensamento de Ianni, Buenos Ayres (2013, p.290-291) conduz ao pensamento de que a modernidade tardia na qual vivemos está associada à terceira fase do próprio capitalismo e seu desenrolar enquanto processo civilizatório. Aqui, ele destaca que o principal condutor deste processo está aliado à completa globalização de produção, embora ocorram a concentração e centralização do capital, fatores essenciais para o entendimento do globalismo.

Imagem 1 - Relações do Grupo Televisa com outras estruturas de poder no México e no mundo



Fonte: Chávez (2007)

A situação deste controle não muda quando falamos em escala regional. Segundo dados extraídos do informe anual de 2009 do Grupo Televisa, em dados concretos, o grupo opera, dentro do México:

- SKY: principal sistema de televisão via satélite do México, com serviços também na América Central;
- Cablevision, Cablemás e TVI: serviços de televisão paga via cabo nas principais cidades mexicanas, entre elas a capital e Monterrey;
- Bestel: como já supracitada neste trabalho, provê serviços de dados e de longa distância tanto no México como nos Estados Unidos;
- É também a maior editora de revistas de língua espanhola em todo o mundo, sendo até aquela data 178 títulos sob 117 marcas diferentes em 20 países;
- Controla a Ocesa Entretenimiento, empresa mexicana de entretenimento ao vivo, cuidando da parte de espetáculos musicais entre outros;
- Proprietária da Volaris, companhia aérea de baixo custo dentro do México;
- E, além disso, opera um portal de internet (TIM), salas de bingo e loterias, parceira das três equipes profissionais de futebol mexicanas (America, Necaxa e San Luís), administra o maior estádio deste esporte no México (Azteca) e opera 121 estações de rádio, próprias e afiliadas

Mas antes de tudo, não devemos esquecer que a Televisa se respalda no seu histórico de produções de entretenimento para desenvolver seu mercado externo. Reconhecido desde muito tempo como uma das principais produtoras de conteúdo da América Latina juntamente com a TV Globo (SINCLAIR; STRAUBHAAR, 2011), a venda de produções mexicanas se desenvolve até os dias de hoje para diversos mercados mundiais. Os dados avaliados pela Organização Ibero-americana de Ficção Televisiva apontam exatamente o seguinte: em 2011, o México exportou mais de 2134 horas de programação, enquanto o Brasil exportou 1462 de produção. Ambos os países empatam em telenovelas produzidas nesse ano, com o número de quarenta e duas, mas o Brasil produziu quase o dobro de séries televisivas em comparação ao México (LOPES; GÓMEZ, 2012). Entretanto, por se tratarem de mercados mundialmente consolidados e tendo cada um suas especificidades, não serão traçados neste trabalho dados comparativos acerca dos mercados brasileiro e mexicano.

Ainda segundo Televisa (2009, p.11, tradução nossa), o grupo era atuante em cinquenta e sete países ao redor do globo terrestre, exportando mais de 65 mil horas de programação para estes. E a intenção era apenas de ampliar tal horizonte:

Nossa estratégia para o segmento de exportação de programação é expandir nosso alcance mediante alianças, para produzir conteúdos em mercados de alto crescimento e potencial, além de podermos manter nossa liderança mundial como companhia produtora de conteúdos em espanhol. [...] Estes acordos fortalecem nossa postura nesses mercados, expandem o alcance de nosso conteúdo à plataformas midiáticas tanto tradicionais como emergentes e nos permite penetrar em mercados publicitários novos e promissores.

O tamanho do êxito comercial da Televisa na América Latina, de acordo com Sinclair e Straubhaar (2003, p. 1-2, tradução nossa), se deve muito à proximidade cultural e linguística provinda da colonização espanhola, possuindo uma “coesão linguística e cultural” que não se encontra em nenhuma outra parte do planeta, facilitando assim um processo de “internacionalização da televisão” enquanto meio de comunicação.

Isso tem facilitado enormemente o desenvolvimento de um mercado regional na produção e distribuição televisiva. [...] Em segundo, grande parte dos países latino-americanos adotaram o sistema comercial norte-americano de transmissão ainda em seu início, em distinção ao modelo de serviço público instituído na maioria dos países europeus ou suas ex-colônias na Ásia e na África. Isso mostra como o modelo comercial de transmissão se mostrou fundamental para o desenvolvimento de um padrão distinto de impérios familiares de mídia na América Latina, que gerenciaram suas relações políticas com sucessivos governos para evitar medidas regulatórias que poderiam limitar essa comercialização.

Mesmo com o foco da transnacionalização de produção televisiva estando voltado para os países ibero-americanos, suas produções atingem números igualmente exitosos tanto nos Estados Unidos quanto em “mercados remotos, como Rússia e China” (SINCLAIR; STRAUBHAAR, 2011, p. 1, tradução nossa). Em território norte-americano, por exemplo, oito produções de ficção produzidas pelo grupo Televisa estiveram entre as dez obras de fala hispânica vista em todo o país no ano de 2011 (LOPEZ; GÓMEZ, 2012, p.378-379).

Do outro lado do mundo, o mercado televisivo chinês tem se mostrado receptivo ao extremo com as novidades oriundas do México. A Televisa exporta seus produtos para o território vermelho desde 1998, sendo que hoje representa o segundo maior mercado em crescimento exponencial para o grupo, atrás apenas do restante da América Latina. Segundo dados apresentados no site *CNN en Español* (CECROWSKI, 2013):

Em um primeiro momento, a China limitou a companhia nas vendas de versões dubladas de telenovelas que haviam saído do ar no México. Em 2006, sem embargos, a empresa começou a fechar acordos com produtores locais para desenvolver conteúdos originais em mandarim. A Televisa evita o uso do termo coprodução – algo que não agrada aos asiáticos pois dispersa a atenção do talento local –, sendo essas associações descritas como colaborações.

Uma série de telenovelas foi lançada na China. Entre elas, a versão da colombiana *Yo Soy Betty, la fea*, intitulada *Ugly Wudi*, estreou em 2008 e possuía uma audiência de 11 milhões de pessoas/dia. O sucesso se deve em parte a um grande acordo com a Unilever para divulgação de suas marcas na televisão chinesa. Segundo pesquisas, os espectadores orientais são muito mais receptivos que os ocidentais na exposição de produtos em programas de entretenimento (CECROWSKI, 2013).

Podemos então afirmar que o crescimento externo do grupo Televisa ao longo dos últimos quarenta e três anos possui caráter estritamente mercadológico e financeiro. Ao buscar a expansão rumo aos mercados tanto de pequena expressão em escala global – como Argentina e Venezuela – quanto às maiores economias do mundo, a empresa vislumbra seu domínio cada vez mais abrangente como maior conglomerado de língua espanhola no mundo.

Acerca da globalização, Ianni (1997, p. 47), afirma que é praticamente impossível o desenvolvimento de uma nação atrelada apenas a uma postura independente, fechando os olhos para o restante do mundo. A entrada da Televisa na China, por exemplo, que até há alguns anos se mostrava relutante às produções ocidentais, relatam bem a posição do teórico, que entre outras situações afirma:

A reprodução ampliada do capital, compreendendo a concentração e a centralização, o desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção em escala mundial, tudo isso reduz drasticamente, ou mesmo elimina, qualquer possibilidade de projetos nacionais.

O primeiro tópico a ser abordado neste ponto diz respeito às barreiras existentes entre os países ou territórios: elas são praticamente nulas ao processo de globalidade. O Estado, apesar de apresentar grande parcela na formação de seu cidadão e de suas instruções cívicas, vê que sua territorialidade tornou-se obsoleta enquanto parte integrante no processo de relações sociais. Com o avanço do capitalismo e seus modos de produção, temos a construção de um processo denominado por Ianni (apud BUENOS AYRES, 2013) de transculturação. Nele, há a construção de uma sociedade e cultura “genuinamente mundial”. Sendo assim, ela está inserida em um único contexto histórico, e tem papel importante na hibridização e democratização de valores anteriormente tidos como independentes uns dos outros. Agora, há uma “dinâmica interativa entre processos básicos”, transformando qualquer tipo de produção cultural em um grande catalisador de capital em escala global.

Dialogando com o papel da transculturação causada pelas operações da Televisão, especialmente na América Latina, os programas dos canais abertos são também os responsáveis pela criação de novos “laços de pertencimento” (MUSSE, 2013, p. 229). Sendo então os meios de comunicação os mediadores entre o imaginário e o real de seus espectadores, podemos afirmar que estes ocupam também um papel central na formação do centro urbano onde operam, além de atuar como formadores reais de opinião e construtores de uma nova realidade.

Esse processo está diretamente ligado ao que Renato Ortiz (apud MATOS DOS SANTOS, 2007, p. 67-68) trata como mundialização da cultura. As três esferas – local, regional e global – não são mais avessas umas às outras, e o indivíduo hoje não se vê preso à qualquer amarra para formar seu próprio entendimento de cultura. Portanto, podemos descrever que as barreiras temporais e geográficas não existem para a apropriação de qualquer espécime cultural, mesmo que o indivíduo ainda esteja ligado a uma determinada concentração política ou nacional e ali poder transformar a imagem do espaço onde vive. Mesmo que de forma metafórica, a mundialização de pessoas e lugares é pulsante, e acontece cada vez mais frequentemente e em mais lugares distintos.

2.3 A criação e o modelo de programação do FOROtv

Como já foi citado neste trabalho, o grupo Televisa nasceu da junção do Telesistema Mexicano com a Televisión Independiente Mexicana, ou simplesmente TIM, em dezembro de 1972. Assim, quatro canais fizeram da Televisa a maior rede privada do México, sendo que três destes passaram a operar na forma de cadeia nacional (canais 2, 5 e 9) e uma delas como uma emissora atuante na região metropolitana da Cidade do México (o canal 4). Basicamente, a ideia central do grupo Televisa era dar maior gama de mercados publicitários a seus anunciantes, por isso existe uma diferenciação entre as programações destes quatro emissores (GÓMEZ; PLATA, 2013, p. 85), cujos quais destacaremos agora.

Os canais operados no sistema de abrangência nacional são os seguintes (GÓMEZ; PLATA, 2013):

- *Canal de Las Estrellas* (Canal 2): maior audiência do país, possui também maior vastidão de formatos televisivos. É visto pelos executivos do grupo como um canal da família mexicana, onde são exibidos desde programas infantis ao vivo, telenovelas e programas de entretenimento de grande sucesso, filmes nacionais históricos, até boletins com as notícias mais importantes do dia e a transmissão de partidas de futebol nacional de grande importância;
- *Canal 5*: quase que exclusivamente composto de programação oriunda dos Estados Unidos, como séries enlatadas ou *sitcoms*, filmes de Hollywood, desenhos animados e outros esportes, como os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo de Futebol e a NFL (Liga de Futebol Americano daquele país);
- E a *Gala TV* ou *Galavisión* (operando no canal 9): hoje opera basicamente como uma repetidora de grandes sucessos do grupo Televisa. Também transmite alguns esportes, como o futebol mexicano, a Liga Norte-americana de Baseball, e o aclamado WWE (Ou Lucha Libre) mexicano, sucesso de formato em todo o mundo.

Entretanto, para a continuidade desta monografia, nos bastará o entendimento de formato do canal 4, bem como da sua formação como o canal noticioso do grupo Televisa. Esta estação, operada sob o prefixo da XHTV, é a emissora com menor alcance de sinal do grupo Televisa, atingindo apenas a Cidade do México e sua região metropolitana. Desde sua fundação, passou por diversas transformações no seu estilo de programação, conforme relatam Gómez e Plata (2013, p. 86-87, tradução nossa):

Durante alguns períodos combinou a programação de catálogo próprio com o estadunidense, com séries históricas como *O Túnel do Tempo*, *Bonanza* [...] Em 1988 se converteu no primeiro canal 24 horas de notícias em espanhol, com seu sistema informativo ECO (Empresa de Comunicações Orbitais), que durou uma década [...]. Em 2007, o canal voltou ao formato noticioso [...], tentando se reincorporar ao formato 24/7¹ em espanhol, com a ideia de reforçar sua visibilidade e credibilidade a nível nacional no campo informativo.

A transformação final do Canal 4 em FOROtv aconteceu exatamente no aniversário de sessenta anos do canal, no dia 31 de agosto de 2010. Visando uma programação que buscasse mesclar noticiários apresentados a cada duas horas com mesas de discussão, debates e transmissões esportivas, a direção da empresa declarou pouco depois de sua instalação que o objetivo era alcançar uma audiência de maior nível educacional, e que a diferença para o projeto ECO era que as notícias se focariam especificamente no cotidiano mexicano (FOROtv..., 2012), além de transmissões de eventos esportivos, como a Fórmula 1 e a NFL.

2.4 A dimensão cultural de Roberto Gómez Bolaños

Para dar fim a este capítulo, faremos aqui um histórico do personagem central deste trabalho e de toda uma geração marcada por seus programas. Faremos uma cronologia histórico-biográfica acerca da vida e obra de Roberto Gómez Bolaños, o Chespirito.

O ator, comediante e escritor Roberto Gómez Bolaños nasceu em 21 de fevereiro de 1929 na Cidade do México. Filho de uma família de classe média, foi introduzido no mundo das artes pelos pais: Francisco Linares era cartunista e desenhista, famoso nos anos 1920 e 1930 por ilustrar contos e pintar rostos famosos da elite mexicana. Era também amante de música, tendo transferido para o filho o dom da escrita; e sua mãe, Elsa Bolaños Cacho, trabalhava como secretária até a morte do marido, em 1935. A partir de então, passou a sustentar os seis filhos se multiplicando em diversas funções também convergidas à arte. (BOLAÑOS, 2005)

Durante a adolescência, compunha serenatas e esquetes cômicas para os amigos, que serviam como apresentações teatrais na rua onde residia na capital mexicana. Estudante de engenharia na Universidade Autônoma do México, a UNAM, largou o curso por não se interessar em assinar projetos na área. Com a chegada da televisão comercial no México, em 1950, os três canais da época abriram seleções para aprendizes: foi onde Bolaños viu a chance de largar os estudos, ao conseguir uma vaga como redator publicitário. Com roteiros inovadores, foi convidado pelo diretor da rádio XEW AM, da Cidade do México, a escrever

¹ 24 horas por dia em 7 dias da semana (ROSA, 2011).

roteiros para o programa da *Don Capulina y Viruta*, estrelado pela dupla recém-formada entre Marco Antonio Campos e Gaspar Henaine, conhecidos como *Viruta y Capulina* (ROBERTO..., 2012).

Com sucesso do programa de rádio, o trio foi convidado em 1952 pelos diretores do Canal 2 para participar do programa *Cómicos y Canciones*. A criação do programa serviria para misturar o humor de Campos e Henaine com números musicais, enquanto a sintonia entre a dupla e Bolaños os levariam ao auge de seu sucesso durante os anos 1960. Bolaños começou a atuar aos 29 anos e apenas porque um dos atores havia faltado naquele dia, e por conta de sua baixa estatura e agilidade provinda dos esportes que praticou, como o boxe e futebol, se destacava em papéis secundários que exigiam grande desenvoltura física (ROBERTO..., 2012).

Seu primeiro contato com o cinema foi como roteirista do filme *Los Legionários*, de 1958, dirigido por Agustín Delgado, responsável pela criação do apelido pelo qual Bolaños ficaria famoso em todo o mundo, dado durante as filmagens desta película, como este conta no documentário do canal Biography Channel (ROBERTO..., 2012)

Era um diminutivo de Shakespeare². E ele falava que eu escrevia muito bem, que era um pequeno Shakespeare. Então, todo o pessoal me chamava de “Shakespearito”, na forma estrangeira. Todos começaram a me chamar assim, então castelhanizei para *Chespirito*.

Com o sucesso de *Los Legionários*, Chespirito³ passou a produzir roteiros para diversos atores: Aliado a isso, a audiência do *Cómicos y Canciones* alcançava índices históricos no México, tendo como seu maior rival na audiência o programa *El Estudio de Pedro Vargas*, que também roteirizado por Bolaños (BOLAÑOS, 2012). A parceria com Viruta e Capulina durou até 1968, quando Chespirito decidiu criar papéis e roteiros para ele próprio interpretar. Foi quando veio o convite da recém-criada Televisión Independiente del México, a TV TIM, para ser o protagonista do programa *El Ciudadano Gómez*. Mesmo sendo fracasso de crítica e de audiência, os diretores do canal decidiram dar a Roberto espaço para a criação de quadros para o programa *Sábado de la Fortuna*.

Com o passe livre para sua escrita, Chespirito começou a trabalhar no que seriam seus personagens mais conhecidos nos anos seguintes. No programa, contracenou com alguns dos atores que, anos mais tarde, comporiam o elenco principal de seus próprios programas, como

² William Shakspeare, escritor e dramaturgo britânico dos séculos XVI e XVII (WILLIAM..., [200-]).

³ A partir deste ponto, também nos referiremos ao ator Roberto Bolaños como Chespirito, já que o apelido também é considerado seu nome artístico.

Anabel Gutiérrez, Ramón Valdez y Castillo, María Antonieta de las Nieves e Rubén Aguirre. Juntamente a esses três últimos, passou a estrelar, em 14 de outubro de 1970, às 20h, o programa *Los Supergenios de la Mesa Cuadrada* (BOLAÑOS, 2005). Bolaños planejava a criação de outros personagens além do médico Dr. Chapatín, cujo qual era encarnado por ele para apresentar o programa; depois de oferecer o papel a outros comediantes, estreou no ano seguinte o personagem que lhe abriria de vez as portas da fama: o Chapolin Colorado. Chespirito conta que a ideia para sua criação partiu de sua própria personalidade: “Sempre fui medroso quando pequeno. E quando cresci, ficou pior” (ROBERTO..., 2012).

Entretanto, Chapolin não era apenas mais um super herói das histórias em quadrinhos. O personagem surgiu em meio a um contexto político-histórico onde as forças anti-imperialistas se espalhavam por toda a América Latina durante o final dos anos 1960 e início dos anos 1970, quando também houve melhora nos níveis sociais dentro do México. Silva (et al, 2012, p.24) afirmam que:

O Chapolin Colorado é um herói que desconstrói a ideia mítica dos grandes heróis, que são verdadeiros deuses. Por meio do seu discurso, faz constantes críticas ao modelo norte-americano que é imposto aos países latino-americanos [...]. Com a ideia de satirizar a constante imposição e a aceitação da indústria cultural na América Latina, em um período muito conturbado de sua história – as décadas de 1960 e 1970.

Com essa ideia, podemos sintetizar que o personagem vermelho foi um grande álibi para a formação de uma sociedade que pensasse diferente de um modelo cada vez mais massificante em toda a América Latina. Enquanto a televisão se debruça no papel de formatadora da sociedade, o reforço do nacionalismo mexicano alcançou êxito no período de exibição da série. Apenas para título de curiosidade, o nome que deu origem ao personagem se inspira em um animal, assim como os americanos *Batman* e *Spider-Man*. *Chapulín* é um nome comum dado a gafanhotos no México, populares na gastronomia local; já o *Colorado* se refere à cor do uniforme que vestia a personagem.

Outro quadro de considerável destaque em 1970-71 era *Los Chifladitos*, onde dois loucos, interpretados por Roberto Bolaños (como Chaparrón Bonaparte) e Rubén Aguirre (como Lucas Tañeda) se envolviam em diversas situações cômicas. Entretanto, ao final de 1971, Aguirre deixa o programa e a TV TIM para apresentar um programa de calouros no antigo Canal 2. Assim, Chespirito é obrigado a criar outro esquete para repor sua retirada do elenco: nasce o menino do barril.

O menino pobre, faminto e de bom coração nasceu *El Chavo del Ocho*, sendo *El Chavo* uma gíria mexicana para “menino” ou “garoto”, e *del Ocho* uma referência ao canal 8 ou a TV TIM, onde era produzido e exibido. O personagem surgiu despretensiosamente das ideias de Bolaños, mas surgiu como um representante das classes sociais mais pobres de toda a América Latina. O diretor do Grupo Chespirito, Luis Jorge Amau, conta em entrevista como o fenômeno do Chaves pode ser explicado em toda a América Latina: “As pessoas do Brasil associam o Chaves a um menino da favela. No Peru, é a criança deles. Todo país tem o seu Chaves, pois ele é o típico menino pobre que podemos encontrar na periferia de Buenos Aires, Tegucigalpa ou El Salvador” (ROBERTO..., 2012).

Nesse ponto, podemos realizar a associação com a matriz cultural da hibridização de Canclini. Como dito anteriormente, o processo de mundialização tornou as fronteiras obsoletas e seus sujeitos estão cada vez menos concentrados em um determinado espaço, o que consequentemente acaba levando-o ao isolamento na cidade moderna (CANCLINI, 2011). Esse indivíduo isolado acaba encontrando, por meio do produto que consome no rádio e na TV, identificando um problema local independente da origem do programa que assiste ou ouve, conforme relata Canclini (2011, p. 288):

Na medida em que informam sobre as experiências comuns da vida urbana os conflitos sociais, a poluição, que ruas estão engarrafadas em determinadas horas -, eles estabelecem redes de comunicação e tornam possível apreender o sentido social, coletivo, do que acontece na cidade. Em uma escala mais ampla, é possível afirmar que o rádio e a televisão, ao relacionar patrimônios históricos, étnicos e regionais diversos, e difundir-los maciçamente, coordena as múltiplas temporalidades de espectadores diferentes.

O fato de crianças como o menino Chaves ser identificado em todas as cidades na qual é exibido faz torna-o um elo social entre as pessoas que reconhecem no personagem ficcional uma figura que é muito presente e comum na sociedade. Em suma, a realidade exibida na série é atemporal e não se limita geograficamente: o humor simples e inicialmente sem maiores pretensões relata as tensões de milhões de crianças ao redor do mundo que diariamente sofrem com as humilhações, a pobreza e a fome.

Quanto a isso, Ianni (apud BUENOS AYRES, 2013, p.289) destaca que o processo do globalismo tem fundamental papel na definição das forças sociais, que também se veem em reque ao escancarar as questões sociais que se fizeram mais presentes com o aumento da produção do capitalismo. Podemos afirmar que a exportação dos programas de Chespirito, em especial *El Chavo del Ocho*, pode ser avaliada como exitosa por problematizar inúmeros

apontamentos diretamente relacionados à questão socioeconômica de um pequeno nicho social, que pode até retratar um ambiente caricato, mas que se espelha em personagens reais.

Com a criação do programa em 1972, Roberto realizou o desejo de montar um grupo de atores onde todos tinham fundamental importância para o andamento do programa, independentemente de qual personagem fosse o foco de determinado episódio. Assim, o elenco fixo tanto de Chapolin quanto de Chaves continham os seguintes atores:

- Roberto Gómez Bolaños;
- Ramon Valdéz y Castillo;
- Carlos Villagrán Eslava “Pirolo”;
- Rubén Aguirre Fuentes;
- Angelines Fernández;
- Florinda Meza García;
- Edgar Vivar;
- Maria Antonieta de Las Nieves;
- E Horácio Gómez Bolaños.

Com o enorme sucesso atingido pelos programas de Chespirito a audiência se encontrava em estado de alerta. O presidente do Telesistema Mexicano, Emilio Azcárraga Milmo, ofereceu grande quantia de dinheiro para tirar Bolaños e seus programas da TIM; entretanto, Roberto decidiu permanecer e cumprir seu contrato com a empresa. A sorte de Azcárraga se deu no fim de 1972, quando a TV TIM foi finalmente incorporada ao Telesistema Mexicano, dando origem à Televisa. (BARQUERA, 1989, p. 24).

A fusão entre os canais foi o estopim para o sucesso absoluto no mercado mexicano. Exibido simultaneamente nos canais 2 e 8, Chaves e Chapolin alcançavam a marca de 350 milhões de espectadores em todo o país (MORENO, 2011). O sucesso prosseguiu até o ano de 1980, quando ambas as séries foram encerradas e passaram a fazer parte de um programa semanal intitulado “Chespirito” (BOLAÑOS, 2005). Neste programa, Bolaños interpretava diversos personagens, tendo reduzido Chaves e Chapolin a esquetes como outras quaisquer. Aqui, deu mais espaço a personagens outrora deixados de lado, que compuseram este programa com outros quadros inéditos criados ao longo dos anos. Com o passar dos anos, diversos atores também foram deixando as produções e sendo substituídos por outros. Destaque para as baixas de Carlos Villagrán (1978) e Ramón Valdez (1979, depois retornando entre 1980-81)

considerados figuras-chave no sucesso do programa na metade dos anos 1970. Buscando repor seu elenco, o programa Chespirito passou a contar com mais uma boa quantidade de atores ao longo dos anos, entre eles Raúl “Chato” Padilla, Anabel Gutiérrez e Moises Suárez.

Enquanto ainda se destacava com seu programa, Bolaños decidiu se aventurar por outros terrenos: dirigiu a novela *Milagro y Magia*, escrita e coproduzida pela atriz e esposa Florinda Meza Garcia durante o ano de 1991 (BOLAÑOS, 2005); e no teatro, com sua peça escrita nos anos 1960, intitulada 11 y 12. Estreou no Teatro Libanês da Cidade do México em 9 de abril de 1992 e foi considerada um sucesso total de público e crítica, tendo se apresentado por mais de 15 anos em mais de 30 cidades ibero-americanas com quase 30 mil espectadores ao longo dos anos (“11 y 12”..., 2014).

O sucesso de 11 y 12 serviu como um bom pretexto para o fim da linha do programa Chespirito na televisão. Em 1995, pouco antes de completar 25 anos no ar, Roberto decide encerrar suas produções televisivas por não concordar com as mudanças que seriam realizadas nas emissoras da Televisa, que consistiam, entre outras medidas, mudar o horário do programa de Roberto para as tardes de sábado (BOLAÑOS, 2005).

Destarte, em sua autobiografia (2005, p. 188-192), Chespirito considera que o programa havia cumprido seu papel nos 25 anos em que esteve no ar. Além disso, entendeu que as baixas provocadas no elenco (seja pela retirada voluntária ou pelo falecimento dos atores) e sua idade avançada já não atendiam mais seus anseios enquanto ator de Chaves e Chapolin:

Isto havia acontecido (a decisão) dois anos antes, quando cheguei à conclusão que nenhum dos personagens deveria continuar no programa Chespirito, já que ambos haviam cumprido de maneira mais que sobressalente um ciclo de vida que não devia se prolongar. [...] Em outras palavras, me opus ao risco de que Chapolin e Chaves chegassem a dar pena; que chegassem a exhibir os resíduos em que se vão convertendo, inexoravelmente, todos os seres humanos.

Com o término das séries, Bolaños escreveu três livros, sendo dois diretamente relacionados às suas obras televisivas (BOLAÑOS, 2005). Em 2000, foi agraciado pela Televisa com o especial *No Contában Com Mi Astúcia*, exibido por mais de 16 horas seguidas no *Canal de Las Estrellas*. Contou com homenagens, participações especiais, entrevistas e depoimentos em comemoração aos 30 anos do Programa Chespirito (PORTUGUÉS; PORTUGUÉS, [200-]). Em 2012, recebeu outra grande homenagem dos canais Televisa e de outras emissoras transmissoras de seus programas pela América Latina: o *América Celebra a*

Chespirito. Realizado de 1 a 12 de março, contou com um programa especial com a presença de Bolaños no dia 29 de março, já muito debilitado pelos problemas de saúde (Id., 2012).

Roberto Bolaños faleceu em 28 de novembro de 2014 em sua residência na cidade de Cancún, litoral do México. Deste evento, trataremos mais tarde com detalhes mais precisos, que serão de fundamental importância a este trabalho.

2.4.1 A importância de Chespirito para a Televisa

Como já explicitado em linhas desta monografia, o tamanho das obras de Roberto Gómez Bolaños para o mercado interno da Televisa atingiu níveis nunca antes vistos. Os índices de audiência beiravam os 350 milhões de espectadores durante a semana, mais que qualquer outro programa na história da TV ibero-americana.

Por conta de exorbitantes numerais, a Televisa viu com bons olhos a possibilidade de exportação de suas produções. Os contatos iniciais começaram logo após a fusão de TSM e TIM, em 1973, como Bolaños relata em sua autobiografia (2005, p. 111):

Nosso programa seguia de vento em popa, de modo que não tardou para ser vendido para a Guatemala, que foi o primeiro país além do México onde foi projetado. Começou com o Chapolin Colorado, cuja apresentação foi um êxito total. O mesmo aconteceu com outros países da América Central, por onde se estendia sua popularidade como se fosse uma epidemia (sem causar danos, espero eu). Daí, para ser exibido em Porto Rico e na República Dominicana não levou mais que um passo. Logo, o fenômeno se fez presente na América do Sul, onde o Equador foi o primeiro país que se animou em exibir a série.

De fato, as séries se tornaram um sucesso. A estratégia de mercado da Televisa assinalava que, na aquisição dos episódios de Chapolin, a contratante levaria “de brinde” os episódios de Chaves. Realmente, as barreiras linguísticas não foram problemas para as séries de Roberto Gómez Bolaños. Foram exportados para mais de cem países em todo o planeta, incluindo os de cultura largamente diferente da latina, como China, Marrocos, Angola e Rússia. Atualmente, encontra-se sendo exibido em pouco mais de 15 países, ainda sendo considerado um programa que traz bons índices de audiência. (CALEIRO; MARTINS, 2012, p.2)

Durante os anos 70, no auge do sucesso, até o fim dos anos 1980, o elenco fazia excursões por todo o continente americano. Inicialmente concentrada nas cidades interioranas do México, a turma de Chaves chegou a levar à lotação máxima, por duas vezes em um dia, o

Luna Park de Buenos Aires e o Estádio Nacional de Santiago, Chile. Outras dessas experiências foram contadas pelo próprio Chespirito em sua autobiografia (2005, p. 118):

No aeroporto de Lima, no Peru, o exército teve que ajudar a dispersar (afortunadamente sem violência) as 50 mil pessoas que invadiram a pista depois de terem derrubado a vala protetora. Em Caracas, Venezuela, foi preciso suspender corridas de cavalos porquê o hipódromo estava no mesmo trajeto que conduzia ao Poliedro, teatro onde se apresentaria nosso grupo. Em Honduras nos vimos obrigados a nos hospedar em um lugar secreto (um motel) pois a multidão formou uma massa incontrolável ao redor do hotel onde deveríamos ficar. Em Nova Iorque, enchemos até transbordar o grandioso e legendário Madison Square Garden em toda sua ampla capacidade. Como foram igualmente abarrotados todos os locais na Colômbia, Equador, Uruguai, Porto Rico, Panamá e, sem exceção alguma, todos os lugares onde nos apresentamos.

Segundo estudo da Forbes (ANTUNES, 2012), o seriado Chaves ainda é o programa mais famoso e rentável para a Televisa. De acordo com o texto, o programa mantém uma audiência de 91 milhões de pessoas por dia em todos os mercados americanos em que está distribuído. Nos Estados Unidos, aparece entre os cinco programas mais vistos de fala espanhola da TV à cabo constantemente, e é a série mais assistida entre crianças de 6 a 11 anos e entre adultos entre 18 e 49 anos.

Ainda segundo a pesquisa, as finanças retornáveis à Televisa são “igualmente impactantes”. Desde o fim da produção do seriado, em 1992, o mesmo rendeu US\$ 1,7 bilhão aos cofres da família Azcárraga; em contas rápidas, cada episódio da série valeria, em média, US\$ 1,3 milhão de dólares (levando-se em conta o programa Chespirito). Outros acordos relacionados a licenciamento de produtos da série geram acordos que giram em torno de US\$ 24 milhões à Televisa, incluindo aqui a série animada sobre *El Chavo del Ocho*, produzida desde 2006.

Portanto, podemos perceber que, acima de todas os índices de audiência e carisma conquistados ao longo dos anos pelas séries de Roberto Gómez Bolaños, os aspectos financeiros ainda mobilizam a produção de conteúdo relacionado aos programas. Produtos e séries animadas continuam sendo realizadas sob o selo da Televisa, que não tem motivos para esquecer seu passado glorioso e fazer dele combustível para um futuro ainda mais lucrativo.

3 O SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO

Composta a análise da implantação da comunicação televisiva em território mexicano, passamos agora a embasar o segundo ponto deste trabalho. Assim como as várias fusões e situações políticas que levaram à criação da Televisa S.A., a implantação do que hoje é conhecido como o Sistema Brasileiro de Televisão (ou, simplesmente, SBT) também passou por dezenas de processos, cujos principais pontos serão alvo deste capítulo.

3.1 A fundação

Antes de estudarmos e compreendermos os processos que culminaram na criação do SBT, devemos entender que por trás de todo este projeto está a mente de um empreendedor que desde a mais tenra idade demonstrava sua sabedoria com vendas e uma grande visão de negócios.

O carioca Senhor Abravanel, nascido em 12 de dezembro de 1930, desde cedo era ambientado à cancha do comércio, já que seu pai era dono de uma loja para turistas na cidade do Rio de Janeiro e o tio, camelô. Aos 14 anos, decidiu seguir a carreira do tio, vendendo diversos utensílios nas ruas da cidade (CHIARI, 2014), tendo na voz o seu maior álibi para atrair as atenções e aumentar sua renda. Em meados dos anos 1940, o diretor de fiscalizações da Prefeitura do Rio de Janeiro, Renato Meira Lima, responsável por apreender as mercadorias dos vendedores ambulantes, conheceu e se sensibilizou com a história de Abravanel, conforme conta a Arlindo Silva (2002)⁴:

[...] quando ele me viu trabalhando, viu que eu tinha muito pouca idade, viu que eu falava regularmente, viu que eu era estudante, modificou seu pensamento a meu respeito. Em vez de me levar para o Juizado de Menores, deu-me um cartão para que eu fosse procurar um amigo dele na Rádio Guanabara, Jorge de Matos, dono do Café Globo. Eu fui até a Rádio Guanabara e, por coincidência, lá estava se realizando um concurso de locutores, do qual participavam, naquele tempo, cerca de 300 candidatos. [...] Fui o primeiro colocado nesse concurso e assim fui admitido como locutor. Era a primeira atividade artística que eu exercia. Um mundo novo, diferente de tudo o que eu havia imaginado, me cercava.

⁴ A edição deste livro utilizada pelo autor foi conseguida online em uma versão sem a paginação original da obra impressa. Portanto, todas as citações da obra nesta monografia serão limitadas ao nome do autor e a seu ano de publicação. Para quaisquer dúvidas, o livro está disponível no link <http://migre.me/rQ9LA>.

Como camelô, lucrava 960 cruzeiros⁵ por dia, enquanto seu salário mensal na rádio era de 1300 cruzeiros. Por fim, Silvio Santos se manteve por apenas um mês na rádio Guanabara e voltou às ruas, trabalhando como camelô novamente. Nos anos seguintes, tornou-se assíduo frequentador das plateias das rádios cariocas. Inclusive, o nome Silvio Santos foi adotado por Abravanel para não ser identificado e, por isso, poder transitar e participar dos programas sem grandes dificuldades, já que seu nome de batismo já tinha se tornado comum e por vezes evitado pelos produtores (SILVA, 2002).

Em 1949, ao completar 18 anos, serviu ao exército na escola de paraquedismo de Deodoro. Abandonou o serviço militar tempos depois, voltando a atuar pelas rádios Mauá e Tupi, no Rio de Janeiro, e Continental, de Niterói. Silvio continuava ganhando pouco no meio, apesar de todos os serviços extras que fazia para complementar sua renda; entretanto, na barca que o levava todos os dias à cidade da Baixada Fluminense, teve uma ideia que mudaria sua vida: decidiu instalar um sistema de alto-falantes para animar as viagens dos trabalhadores que iam do Rio à Niterói todos os dias. Para isso, pediu demissão da Continental, e com o acerto comprou o equipamento em uma grande loja da capital do país à época, além de acordar propagandas de seus principais produtos enquanto sorteava brindes, organizava bingos e tocava músicas para os agora animados passageiros.

Para tanto, Silvio Santos percebeu que as atividades deixavam as pessoas com sede, e costumeiramente a água potável da barca findava antes do término da viagem. Astuciosamente, Silvio Santos fez grande acordo com a Antarctica, conhecida empresa do ramo de bebidas, e aliado às outras atividades, passou a vender as bebidas para os viajantes que iam para outras cidades do litoral fluminense, como Niterói e Paquetá. Chegou, inclusive, a se tornar o cliente número 1 da empresa em terras cariocas, sendo àquela época o maior distribuidor de bebidas do estado do Rio de Janeiro (CHIARI, 2001, p. 48).

Em 1954, a barca sofreu um dano de grandes proporções, e ficaria parada por cerca de três meses para reparos. Um diretor da Antarctica convidou Silvio para um estada de três meses na cidade de São Paulo, de onde não saiu mais, já que conseguiu um emprego na equipe de Manoel de Nóbrega, reconhecido humorista, radialista e empresário carioca, na Rádio Nacional, conquistando-o pela desenvoltura e visão empreendedora aguçada. Silvio virou o braço direito de Nóbrega, salvando-o inclusive de um enorme calote que, mais tarde, seria a grande bandeira para as conquistas empresariais e comunicacionais de Silvio Santos: o Baú da Felicidade.

⁵ Segundo o site Moedas do Brasil, o valor nominal em reais (sem considerar a média de inflação ao longo dos anos) do Cruzeiro implantado em 1942 é irrisório, pois o valor é dividido por 2.750.000.000.000.000 (dois quinquilhões e setecentos e cinquenta quatrilhões).

Segundo Chiari (2002, p. 57-58), o comerciante alemão Walter Scketer apresentou a Nóbrega, em 1957, um plano para vender carnês de fidelidade à população que, se pagasse corretamente as parcelas ao final de um ano, receberia em troca, literalmente, um baú com brinquedos. Para azar do radialista, que aceitou veicular anúncios da ideia em troca de lucros posteriores, o comerciante avisou, após um ano, que não conseguiria arcar com todos os custos e tinha ido à falência.

Com 11000 carnês vendidos (MIRA, 1989, p. 13) e mais de 1000 baús a serem distribuídos, Manoel de Nóbrega se viu forçado a reembolsar todos aqueles consumidores que, de uma forma ou de outra, seriam lesados pelo calote do alemão. Nesse momento, Silvio Santos ouviu os apelos do radialista para se dirigir à sede do Baú, no centro de São Paulo, para acalmar os ânimos daqueles que ameaçassem estourar os escândalos nos jornais ou entregar Nóbrega à polícia. Entretanto, Silvio Santos decide propor ao amigo mais uma de suas ideias, conforme ele próprio conta em sua biografia escrita por Arlindo Silva (2002):

[...] no quarto ou quinto dia em que eu estava lá atendendo. Vi que aquilo, bem administrado, bem trabalhado, poderia tornar-se uma boa firma. Procurei o Nóbrega e falei com ele: 'Nóbrega, eu acho que se você continuar pagando os anúncios na Rádio Nacional - eu não tenho capital, mas recebo do circo, da Rádio, das revistinhas, ganhando em média de 40 a 45 mil cruzeiros mensais -, eu posso investir nesse negócio e você investe na publicidade. Nós continuamos sócios e eu tenho certeza de que o negócio pode dar certo'. O Nóbrega topou e nós dois ficamos sócios.

A partir daí, o carioca assume o comando da comercialização dos carnês do Baú da Felicidade. Demite os funcionários da antiga empresa entre Nóbrega e Scketer e contrata novos, os quais comanda com rigidez extrema para poder levantar de vez os negócios. Receoso pelo calote recebido e por reconhecer que não era um comerciante como Silvio Santos, Manoel de Nóbrega entrega o negócio todo nas mãos de Silvio Santos, que fundaria sua empresa em 1959 (SILVA, 2002). Devido aos enormes acordos para salvar o Baú, fica em situação financeira extremamente delicada, convocando todos aqueles que trabalhavam com ele no circo e em seus comícios para organizar espetáculos ao ar livre, sempre em um lugar diferente da cidade de São Paulo; quem comprasse no local um carnê ganhava um cupom para concorrer a prêmios. Em pouco tempo, Silvio saiu do vermelho, expandiu o negócio para além de brinquedos e tornou o carnê do Baú um sucesso em toda a cidade de São Paulo (SILVA, 2002).

Entretanto, a marca necessitava de ainda mais exposição: foi aí que Silvio se viu tentado a se lançar como homem da televisão. Patrocinado pelo deputado Carlos Kherlakian, para quem Silvio já havia trabalhado em comícios, e por uma marca de camisas, criou o programa “Vamos

Brincar de Força” no ano de 1961, que teve grande sucesso na grade de programação da TV Paulista. Pouco tempo depois, passou a trabalhar aos domingos, criando o *Programa Silvio Santos* com duas horas de duração, fazendo inúmeros anúncios do Baú da Felicidade durante seu show. Para aumentar o leque de patrocinadores, Silvio cria em 1962 (CHIARI, 2001, p. 74) a Publicidades Silvio Santos LTDA., empresa que passaria a ter contatos com outros anunciantes e ajudaria Silvio a expandir seus negócios de vez. Aqui, passa a contar com a parceria de uma construtora e a ser proprietário de uma concessionária de veículos Volkswagen, permitindo-o sortear em pouco tempo, com seu recém-criado carnê da casa própria, cerca de 12 casas por ano, além de 60 automóveis por mês, além de vender mais de 150 veículos mensalmente em sua concessionária (SILVA, 2002).

Em 1965, fechou acordo para transmitir, todas as quartas-feiras às 21h, o programa “Cidade contra Cidade” na TV Tupi, se tornando grande sucesso de audiência. Já em 1966, acontece outra grande virada em sua carreira: como já trabalhava em outro horário aos domingos também na TV Globo, e com a aquisição da TV Paulista por essa, Silvio se tornou o homem dos domingos na emissora de Roberto Marinho por cinco anos. Em 1969, Silvio se tornaria de vez o símbolo dos domingos na televisão brasileira, ao apresentar seu Programa Silvio Santos por oito horas diárias, entre 12h e 20h (CHIARI, 2001, P. 99-102).

Com a crise dos programas de auditório no início dos anos 1970, a Rede Globo considerava a possibilidade de não renovar o contrato do apresentador. Em 1971, vendo-se em posição delicada, já que a Globo decidira não mais trabalhar com programas de auditório, decide adquirir sua própria emissora. Em 1972, por gentileza de Roberto Marinho, Silvio Santos têm permissão concedida para se manter na emissora no mesmo formato que a Globo, na pessoa de seu diretor-geral José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, tanto buscava extinguir; no mesmo ano, adquire metade das ações do Grupo Record, que à época estava em crise.

Entretanto, o contrato com a Globo não permitia que Silvio fosse dono de nenhuma emissora de televisão. Por intermédio do diretor administrativo do Grupo Silvio Santos, Demerval Gonçalves, o magnata paulista Joaquim Cintra Gordinho decide assinar como dono das ações sem arcar com custo algum, sendo o único impedimento para Silvio Santos aquele referido contrato com a emissora de Roberto Marinho. Como o próprio Demerval conta em depoimento a Arlindo Silva (2002):

Não fosse esse desprendimento de Cintra Gordinho, Silvio estaria fora da televisão, porque a Tupi já estava fraquejando, a Record estava em crise e a Globo não o queria em sua programação. Ele não tinha para onde ir e teria desaparecido naquela ocasião. Com a Record ele fortaleceu sua posição e a

emissora foi seu trampolim para conseguir aquilo que sempre foi um grande sonho: o canal de televisão em São Paulo.

Em 1974, Silvio Santos percebeu que sua empresa de publicidade não mais atendia a seus anseios, decidindo então comprar um antigo teatro no bairro de Vila Guilherme, zona norte de São Paulo, e nele criar a Studios Silvio Santos Cinema e Televisão Ltda. Com infraestrutura muito maior que a Publicidade Silvio Santos, passa a produzir de lá seu programa de auditório, além de ter servido de base para a produção de um filme e quatro telenovelas (CHIARI, 2001). Aliado com isso, Silvio havia comprado até 1975 centenas de equipamentos de transmissão, dando-lhe aval para possuir, enfim, uma emissora de TV própria. Assim, neste ano, o governo de Ernesto Geisel abre licitação para o canal 11 do Rio de Janeiro, e no dia 22 de dezembro de 1975, o ministro das comunicações Quandt de Oliveira assinou o decreto que oficializava a concessão do canal 11 do Rio de Janeiro a Silvio Santos, que passou a se chamar TV Studios Silvio Santos, ou TV S. Com isso, o empresário rompe de vez seu contrato com a Globo em janeiro seguinte, e além de comandar as operações do canal 11 em terras cariocas, assume nominalmente o controle de 50% da TV e Rádio Record (MIRA, 1995, p. 70-76).

A lei determinava que, em período máximo de dois anos, o canal cedido deveria começar suas operações; entretanto, Silvio precisou de um quarto deste tempo: em 14 de maio de 1976, iniciaram as transmissões da TVS no Rio de Janeiro. Inicialmente, a emissora operava em seis horas diárias exibindo filmes e desenhos americanos, e por lei, passou a transmitir dezoito horas diárias de programação depois de um ano, sendo o Programa Silvio Santos a principal atração do canal, também exibido em rede pela Record e pela TV Tupi. Como conta Chiari (2001, p. 108), as coberturas esportivas e o jornalismo da emissora de Silvio Santos eram feitos basicamente no total improvisado:

Em 1978 a TVS ganhou um jornal local e coberturas esportivas pequenas. A precariedade era grande e a criatividade da equipe, sem limites. Para transmitir as notícias esportivas, um locutor gravava o texto e uma produtora recortava fotos coloridas de revistas para ilustrar as reportagens. Enquanto o locutor lia a notícia, a câmera parava na foto. Os textos do noticiário não tinham mais que três. Assim, com muito improvisado, deu-se o início dos trabalhos da TVS.

Silvio Santos ainda desejava com uma emissora nacional, e em 1980, com o fechamento da TV Tupi pelo presidente João Figueiredo, o animador viu-se empolgado com a possibilidade e entrou na briga para conseguir uma cadeia nacional. Após a abertura dos editais 34 e 35 de 1980, Silvio consegue, em fevereiro do ano seguinte, a concessão de quatro emissoras – em

São Paulo, Belém, Porto Alegre e Rio de Janeiro – e outras 12 afiliadas. Todas passaram a contar com a nomenclatura de TVS, e assim, estava formado o Sistema Brasileiro de Televisão (CHIARI, 2001, p. 109-111). Amparados pela simpatia do governo e pelo empreendedorismo de Silvio Santos, que afirmava conseguir produzir 110 horas ao vivo de programação semanal, em 19 de agosto de 1981 era assinada a concessão para a TVS (MIRA, 1995).

3.2 Programação e modelo de negócios

Desde o seu início, a TVS/SBT pôde ser definida por uma termo bem característica: popular, sendo uma emissora feita do povo para o povo. Isso porque todos os produtores, diretores e executivos considerados braços-direitos de Silvio Santos iniciaram desde os mais tenros trabalhos em suas empreitadas, seja como funcionários das lojas do Baú, *office-boys* de suas empresas ou como até como auxiliares de produção dos programas do empresário nas décadas de 1960/70 (MIRA, 1995, p. 93-4).

Mas seríamos injustos em não reconhecer que tudo isso se deve à completa linha popular adotada no modelo de negócios do próprio Grupo Silvio Santos como um todo. Suas principais empresas sempre miravam as classes mais baixas da população. Segundo Chiari (2001, p. 79-81), o grande boom de companhias de propriedade do grupo cresceu de forma mais vertiginosa entre os anos de 1969 e 1975, sendo que estas se destinavam principalmente às lojas de móveis e eletrodomésticos, concessionárias de carros e financiamentos de imóveis. Bom sempre lembrar que a menina dos olhos do conglomerado sempre foi o Baú da Felicidade, que segundo pesquisas da época tinha maior alcance na classe D da capital paulista.

De acordo com Mira (1995, p.18), o desenvolvimento das empresas de Silvio Santos podem ser divididos em três partes principais:

- A primeira se mostra ainda tímida, girando em torno de oportunidades acerca dos investimentos do Baú da Felicidade e do *Programa Silvio Santos*;
- Já a segunda se mostra mais próspera, devido à ampliação no leque de áreas abrangidas por seus negócios, muito se devendo à política de expansão econômica proposta pelo governo militar;
- E a terceira se concentra em investimentos nas áreas de comunicação, como o rádio e a televisão.

A essa terceira fase de desenvolvimento do Grupo Silvio Santos, pode-se destacar que a astúcia do apresentador e de seus diretores tem direta participação no reconhecimento das camadas populares na sua figura. Desde o início de sua carreira na cidade de São Paulo, Silvio Santos é memorado por seus comícios políticos, shows diários a fim de divulgar a marca do Baú e da linguagem fácil e simples que empregava em seus programas nas TVs Paulista e, posteriormente, Globo. Seu primeiro programa, o “Vamos Brincar de Força”, nada mais era que um apanhado de brincadeiras e distribuição de prêmios (SILVA, 2002), algo que pouco tempo depois originaria e continuaria dando vida ao Programa Silvio Santos.

Na TV Globo, tornou-se o primeiro triunfo comercial e de audiência da emissora de Roberto Marinho, quando essa ainda dava seus primeiros passos: venceu programas de considerável sucesso na TV da época, como o “Jovem Guarda”, da Record, apresentado por Roberto Carlos de 65 a 68, mantendo o pico de audiência em 38,8% nas tardes de domingo (CHIARI, 2001, p. 100-01). Já em seu programa na TV Tupi, no ano de 1969, conseguiu outro feito inédito: em audiência, perdeu apenas para a transmissão da chegada do homem à Lua, no dia 20 de julho; enquanto a transmissão histórica atingiu 41,1% naquele dia, seu quadro *Cidade x Cidade* alcançou em outro momento 40,1% do *share*⁶ naquele ano (MIRA, 1995, p. 9).

Outro ponto que merece destaque neste item é como o trabalho de Silvio Santos se destacou mesmo em um período de grande crise nos programas de calouros e de auditório. Destarte, a TV Globo implantou, na primeira metade da década de 1970, um movimento profundo de profissionalização da televisão no Brasil, que seria algo pioneiro em terras brasílicas. A saída de Chacrinha da emissora em 1972 iniciaria a guinada para a filosofia de que “ibope é menos importante que a qualidade”. Em um movimento liderado por Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, a emissora pretendia virar o jogo do mercado publicitário a favor das emissoras de TV, conforme relata Maria Celeste Mira (1995, p. 40-41):

A modernização da televisão nos anos 70, foi, antes de mais nada, um processo de racionalização interno: da produção e da comercialização, pois, em vez de negociar exclusivamente os programas do horário nobre, a emissora carioca começa a vender “pacotes” de anúncios distribuídos ao longo da programação. Com isto viabiliza economicamente todos os programas e redimensiona a busca de audiência. [...] É neste período que se percebe a importância de vender a imagem da emissora (com vinhetas, chamadas de programação) e não apenas a do artista.

⁶ Segundo Azenha (2010), *share* é a participação de uma determinada emissora no número total de televisores ligados.

Com isso, o *modus operandi* implantado pela Rede Globo de Televisão buscava levar uma linguagem mais espontânea, elaborada e impessoal. Neste mesmo período, a ideia de horários específicos para a telenovela e a criação do *Fantástico*, em 1973, elevaram o nível de profissionalismo e de pessoal utilizados em programas que tratavam de jornalismo e conteúdo educativo. Logicamente, muito desse avanço serve para evitar novos problemas com o governo militar, que indicava que os programas chamados popularescos não compactuavam com o perfil “civilizatório” por ele próprio implantado, além de serem degradantes ao novo perfil do povo brasileiro. Portanto, era de responsabilidade da televisão mostrar ao povo sua cultura, através do processo de democratização da mesma, agindo, portanto, o governo federal no papel de filtrar o que auxiliaria esse processo ou não, através de seu departamento de censura (MIRA, 1995, p. 45-6).

Mesmo com essa mudança profunda nos padrões do que deveria ser a televisão brasileira nos anos subsequentes, Silvio Santos ainda se manteve no topo da preferência popular, e mesmo desafiando os padrões da Globo por mais dois anos até o fim do seu contrato, permaneceu como líder absoluto de audiência nas tardes de domingo, não abrindo mão de permanecer em sua característica popular e nela se apoiando por todo o tempo. Aproximar-se da filosofia de “intelectualização” da televisão não estava na lista de seus principais objetivos que o levaram a se tornar dono de emissora em 1975 e, posteriormente, em 1981 (MIRA, 1995, p. 49).

Para endossar ainda mais a proximidade do popular às características de Silvio Santos, destacaremos aqui seu trabalho de aproximadamente cinco anos na Rádio Record de São Paulo. Logo após seu desligamento da TV Globo e do fim do seu programa na Rádio Globo, em 1975, Silvio voltou suas atenções inteiramente para sua mais nova aquisição: a metade das ações da Rádio e da TV Record. Na TV, produzia seu programa diretamente do teatro localizado na Vila Guilherme, sendo que era transmitido simultaneamente pela TVS do Rio de Janeiro, pela própria Record e suas afiliadas, além da Rede Tupi, já em declínio para um caminho que a levaria à falência anos mais tarde (SILVA, 2002).

Já na Rádio Record, Silvio Santos definiu de vez como seu alvo a população de menor poder aquisitivo: levou seu show para lá, com jogos e brincadeiras oriundos dos tempos de Rádio Globo, além de contratar nomes como Gil Gomes e Jacinto Figueira Jr., jornalistas policiais, e Barros de Alencar e Ely Correa, DJs conhecidos por abrangerem o gênero popular em suas programações. O resultado foi quase que imediato: de um quarto lugar na audiência em 1977, os 1000 kHz da Record se tornaram os primeiros colocados em 1979, sendo que dos três programas mais ouvidos da emissora, dois vieram após a parceria com o Grupo Silvio Santos (MIRA, 1995, p. 72-74).

Especificamente sobre o Sistema Brasileiro de Televisão, o empresário e animador já havia inovado quando da formação da empresa definir que trabalharia não em formato de rede, como todas as outras emissoras trabalhavam, mas sim, como o próprio nome diz, em formato de sistema. Conforme explica Arlindo Silva (2002):

Rede subentende uma programação rígida, imposta do centro para fora, obrigando as emissoras afiliadas a transmitir a mesma programação gerada pela matriz, ignorando as conveniências e as peculiaridades regionais. Já sistema é um conjunto de emissoras, espalhadas pelo território nacional, que não se limitam a repetir uma programação imposta. O sistema respeita as aspirações e as potencialidades regionais, artísticas e de comercialização e, assim, as emissoras afiliadas dispõem de algumas horas de programação própria, diariamente. No SBT as emissoras afiliadas têm direito a uma parte do faturamento gerado em São Paulo durante a programação via satélite. E, além disso, essas emissoras podem ter faturamento próprio com a programação local e regional. Esse sistema de trabalho tem possibilitado que muitas emissoras afiliadas progredam, melhorando seu parque técnico e ampliando suas áreas de cobertura.

Concatenada à essa forma de pensamento, os homens do SBT definiram que a política da empresa seria de tratar a televisão como um “instrumento de diversão e, ao mesmo tempo, de difusão cultural para as classes populares”, e que o foco de suas produções seriam as classes B2, C e D1, que representavam, à época, 61% da população com mais de 15 anos de idade (SILVA, 2002).

Esse projeto foi se desenhando como uma maneira de revisitar a televisão esquecida pelo projeto de modernização do meio a partir de 1973. Diversos dos programas que compuseram a grande inicial da emissora de Silvio Santos eram reedições de programas que outrora fizeram sucesso na televisão, e que considerados demasiadamente popularescos, entraram na autocensura das emissoras na década de 1970. Mais que popular, seria uma política de incluir o que foi excluído, conforme declara Mira (1995, p. 110): “Quase tudo o que não foi incorporado pela Rede Globo, nesse período (década de 1970), acabou indo parar na TV S. Assim, muito embora com características comuns, o ‘popular’ que aqui vamos encontrar tem um sentido claro de exclusão”.

Além dos programas de auditório, destaca-se como o formato humorístico foi recordado por Silvio Santos e nele sendo contratados artistas que, no passado, fizeram enorme sucesso nas TVs Paulista, Globo, Excelsior e Record. A declaração de Moacyr Franco, que voltaria a apresentar seu *Moacyr Franco Show* depois de mais de 20 anos de sua exibição original na TV Excelsior, destaca bem como os artistas enxergavam o projeto do SBT: “Estamos vivendo a

época de ouro da TV Record, quando os artistas iam brincar na televisão e o público se divertia em casa” (MIRA, 1995, p. 111). Claramente, buscava-se um modelo de programação que reafirmasse a todo momento a imagem de Silvio Santos, principal garoto-propaganda de seu próprio empreendimento.

No fim das contas, o modelo de negócios inicial do SBT assim se resumia: as atividades da emissora iniciaram com 2450 funcionários, em um investimento de US\$ 10 milhões por Silvio Santos. A emissora não pretendia competir, inicialmente, com a TV Globo, mas que quando a fizesse, trataria de trabalhar de igual para igual, sendo sua programação, a programação do SBT seria inicialmente composta por filmes estrangeiros e noticiários locais, além de desenhos e programas infantis. A faixa das 21 horas seria composta, de segunda a sexta, por programas de entrevistas e atrações musicais, sempre precedendo o programa do jornalista Ferreira Netto, que iria ao ar da meia-noite às duas da manhã, quando o sinal era encerrado. Aos sábados, a programação seria quase que inteira composta por programas infantis e, aos domingos, o programa Silvio Santos teria nove horas de duração, sucedido por séries americanas (NETTO, 1981).

Essencialmente, o SBT fazia uma programação, como já dissemos, voltada às classes econômicas inferiores. Sua política de “antiintelectualismo” (MIRA, 1995, p. 112) buscava levar o humor de programas como o *Reapertura* e os *Alegrias 81/82/83* a falar uma linguagem cada vez mais fácil de ser entendida e que dialogasse com as dificuldades de seus receptores. Mas, de todos os exemplos de programas que falavam para o popular, nenhum deles se equiparou ao *Povo na TV*. Conforme conta Arlindo Silva (2002), o programa contava com a participação de pessoas de todos os cantos do Brasil, que viam no programa o canal para fazer suas reclamações a quaisquer órgãos públicos. Além disso, muitas vezes a produção explorava histórias relacionadas a situações policiais com dramatizações que extrapolavam os limites do real (MIRA, 1995, p. 149).

Também é de merecido destaque as atrações que permeavam, aos domingos, o *Programa Silvio Santos*, que tinham como foco direto o público menos favorecido economicamente. O caso mais famoso era a *Porta da Esperança*, onde se promovia o assistencialismo por meio da diretora de relações públicas da emissora, Maria de Lourdes Fecuri, que realizava os desejos dos participantes que iam ao programa em busca de objetos materiais ou até mesmo de reencontros familiares (SILVA, 2002).

É importante ressaltarmos que ao assumir uma postura popularesca, tanto Silvio Santos como o SBT se vinculavam à posições favoráveis de mercado para atingir uma massa

considerável de cidadãos. Mesmo na época em que trabalhou no rádio, Silvio indicava esse viés, já que segundo Canclini (2011, p. 259-260):

A noção de popular construída pelos meios de comunicação [...] segue a lógica de mercado. “Popular” é o que se vende maciçamente, o que agrada a multidões. A rigor, não interessa ao mercado e à mídia o popular, e sim a popularidade. Não se preocupam em preservar o popular como cultura ou tradição; mais que a formação da memória histórica, interessa à indústria cultural construir e renovar o contato simultâneo entre emissores e receptores.

A avaliação que é possível ser feita é que, ao confirmar que gostaria de seguir uma linha mais popular de programação, seu intuito era ao mesmo tempo exibir uma programação barata, onde os custos não seriam muito elevados, mas que também atendesse ao que era solicitado pelo público. Silvio Santos, um homem de negócios antes de ser animador de televisão, vislumbrava atrair consumidores e espectadores em uma só jogada, desprendendo-se de padrões instaurados pela televisão e criando uma nova identidade no meio, buscando a popularidade por meio de seus programas de auditório, onde poderia vender o seu título de capitalização e distribuir prêmios.

Aliados a estes estudos, podemos classificar que a proposta de Silvio Santos era, como já abordamos, trabalhar na vendagem do carne do Baú da Felicidade, e para isso, buscava a exposição das marcas de suas empresas em programas de auditório, que até hoje utilizam-se muitas vezes do grotesco para atrair a atenção das massas. Desse modo, os shows televisivos se apropriam muito mais da cultura oral brasileira que qualquer outro meio de comunicação, já que independente do formato ser original ou importado, consegue dialogar muito bem com a cultura brasileira, apesar do frio contrato imaginário que existe entre o telespectador e o canal de televisão, que em troca de fidelidade oferece a este entretenimento de fácil acesso (CABRAL; SOARES, 2002).

Outro ponto é que a disposição da programação infantil dentro do horário matutino, algo inédito para a época que se concretizou com a compra dos direitos do palhaço Bozo⁷, quando o empresário vislumbrou que as crianças seriam o chamariz para os pais e avós ficarem em frente à televisão juntamente com os pequenos e, assim, atrair mais pessoas para conhecer o que havia além da Globo na televisão brasileira. Com a implantação do horário noturno de novelas, a partir de abril de 1982, o SBT inaugurou sua produção de novelas com *Destino*, além da parceria

⁷ O palhaço Bozo nasceu em 1946, quando foi criado pela Capitol Records americana para gravar um disco com a narração de um livro, chamado *Bozo at the Circus*. Em 1949, o personagem foi levado à televisão pela KTTV de Los Angeles. Um dos atores que o interpretou, Larry Harmon, comprou a marca do personagem da Capitol e a exportou para todo os EUA e outros países, como o Brasil (THE UNUSUAL..., 2013).

com a rede Televisa, que foi iniciada com a exibição de *Os Ricos Também Choram* (SILVA, 2002). Esta parceria, no entanto, será melhor tratada posteriormente, no decorrer deste capítulo.

Entretanto, entre 1983 e 1984, o SBT participava ativamente de 15% da audiência nacional, mas seu faturamento não chegava a 20% do total distribuído entre as emissoras nacionais. Para tanto, o trio formado por Ricardo Scalamandré, Rubens Carvalho e Walter Zagari foi contratado para reformular seu departamento de marketing (SILVA, 2002) remodelando também o estilo de programação foi remodelado. Entre outras, diversos programas foram sendo, aos poucos, extintos; o jornalismo ganhou grandes investimentos a partir do ano de 1988, e no final da década nomes como Lilian Witte Fibe e Boris Casoy foram trazidos a fim de atrair uma audiência mais qualificada. No entretenimento, Jô Soares, Hebe Camargo e Carlos Alberto de Nóbrega reforçaram o já talentoso elenco do SBT, além da aquisição de filmes de grande sucesso no exterior para reforçar o arsenal contra a TV Globo (Ibid.).

As mudanças surtiriam efeito, e após a crise entre os anos de 1982 e 1985, quando mais de 1000 funcionários foram demitidos (MIRA, 1995), o SBT vivia uma grande fase ao final desta década. A audiência crescera em todas as camadas sociais, a vice-liderança estava consolidada no Rio de Janeiro e em São Paulo, inclusive sendo alvo do próprio marketing da emissora, que por muito tempo adotou o slogan “SBT: Líder absoluta do 2º lugar” (SILVA, 2002). Conforme mostram os gráficos de audiência publicado por Mira (1995), essa evolução perante todos os públicos se torna clara:

Tabela 1 - Comparativo da distribuição da audiência do SBT por classe socioeconômica na Grande São Paulo - 1982/1988 (média anual - %)

Classe	Globo		SBT		Record		Band		Cultura	
	1982	1988	1982	1988	1982	1988	1982	1988	1982	1988
A	9	9	3	7	6	12	13	15	7	21
B	23	22	14	24	24	18	35	31	36	37
C	38	36	37	35	40	37	35	38	34	34
D	27	30	41	31	28	32	14	15	22	9
E	3	3	4	3	2	1	2	1	1	0

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos Estudos Marplan/MIRA (1995, p. 142-181)

Já a entrada do SBT nos anos 1990 se deu de forma um tanto caótica: o SBT enfrentava uma grave crise financeira, agravada pelos problemas econômicos enfrentados pelo país sob o comando de Fernando Collor de Melo. A situação se agravaria em 1991, quando em março uma

enchente destruiria boa parte dos equipamentos do Centro de Transmissão da emissora em Vila Guilherme, zona norte de São Paulo. Exatamente nesse ano, o Grupo Silvio Santos fundou a Liderança Capitalização e, conseqüentemente, a Tele Sena, produto cujo o próprio empresário, anos mais tarde, afirmou que o salvou da bancarrota (CASTRO; GENTILE, 2000).

Para tanto, o SBT decidiu apostar em atrações baratas, como desenhos e novelas importadas. Apesar de aparentemente inofensiva, a investida deu resultado: o SBT adquiriu, junto à Televisa, a novela *Carrossel*, pagando US\$ 300 mil, quantia considerada inócua para os padrões televisivos da época. Estreando em 20 de maio de 1991, o estouro foi imediato: a atração provocou uma reviravolta nunca antes vista na audiência da TV apenas quinze dias após a sua estreia, triplicando a audiência noturna do SBT e diminuindo drasticamente os números de seu maior rival, o *Jornal Nacional*, da Globo. Além disso, foi o primeiro produto da emissora de Silvio Santos a assustar verdadeiramente a audiência global, que na época sofria com a novela *O Dono do Mundo*, tendo de aumentar a duração de seu telejornal para não sofrer qualquer revés na audiência. A fórmula da novela, segundo *Carrossel* ([200-]), não era nada complicada, pois:

Carrossel era um programa infantil mesmo. Os diálogos iam direto ao ponto, o caráter de cada personagem era bem definido assim que ele aparecia em cena pela primeira vez. Bom é bom, mau é mau. *Carrossel* falava de problemas do dia-a-dia do público: do menino que não fez a lição de casa, do pai que não tem dinheiro para comprar uma bola de futebol para o filho, da menina que tem dificuldade em se enturmar na classe do garoto frágil espezinhado pelo grandalhão na hora do recreio.

O ano de 1991 também viu o surgimento do *Aqui Agora*, telejornal ao vivo que mudou o conceito de se fazer jornalismo policial na TV Brasileira, sendo seu modelo seguido até o final da década. No jornalismo, tanto o *TJ Brasil* quanto o *Jornal do SBT* tinham audiência bem definida, já que eram comandados por figuras de conhecido calibre no meio, como Boris Casoy e Lillian Witte Fibe (SILVA, 2002). No entretenimento, o *Veja o Gordo*, maior investimento proporcional da casa no fim dos anos 80 (MIRA, 1995, p. 179), foi extinguido, e Jô Soares se tornava pioneiro no formato *late show* com seu *Jô Soares Onze e Meia*, além do programa de Hebe Camargo às segundas e da *Praça é Nossa*, com Carlos Alberto de Nóbrega, maior audiência de todo o SBT ao lado do Programa Silvio Santos (SILVA, 2002).

A questão da qualidade da programação de televisão pode ser muito bem discutida segundo Machado (2002, p. 23-25), que propõe o condicionamento deste conceito a sete vieses distintos:

- No primeiro, a qualidade televisiva é puramente técnica, abordando situações como a fotografia e o roteiro. Mais utilizada por profissionais de televisão;
- O segundo aborda a inteligência dos gestores em detectar o melhor caminho a atender as demandas do público, transformando isso em estratégias de marketing e produtos;
- A terceira via aponta para um caminho onde a televisão se preocupa em inovar, buscar novas maneiras de se construir uma estética audiovisual;
- A quarta via, descrita como “ecológica”, visa a construção de valores morais e pedagógicos por meio das ferramentas oferecidas pela televisão;
- O quinto caminho constrói a ideia de que a qualidade da televisão está em mobilizar a população e abordar de modo isento temas de interesse público, como a política;
- O sexto ponto de Machado indica que a televisão de qualidade pode ser também aquela que dá voz aos excluídos, aos oprimidos e às minorias, em vez de adotar um discurso monocromático pregando a isenção nacional;
- E, por último e unindo todos os seis conceitos anteriores, a televisão de qualidade é aquela que aponta para a diversidade em todos os sentidos, fazendo o público e seus profissionais participarem de experiências diferenciadas através da sua filosofia de trabalho.

Partindo desses estudos, a programação do SBT se mostrou apta a atender, se não a todos, à grande maioria destes aspectos. Uma programação multiforme, que conseguiu enxergar os principais anseios de sua audiência sem perder a qualidade técnica e os valores originais de sua fundação. Buscou a desvinculação da imagem de popularesca apostando, ao longo dos anos, em nomes conceituados do jornalismo e do humor, investindo alto em produções e coberturas informativas, mas sem deixar de lado a programação que contasse com o grotesco e o melodrama, atendendo a diversos públicos de maneira diversificada.

Esse reconhecido esforço de falar para todos aos poucos colheu seus frutos. No ano de 2012, uma pesquisa da Associação Brasileira de Anunciantes mostrou que o SBT é a emissora de televisão com mais defensores junto ao grande público, com 69% dos votos em geral (ABA..., 2012). Segundo Martins (2014, p. 2), a identificação com o público tem direta influência das políticas primordiais da emissora, que entre outras coisas, buscava fazer TV com e para o povo:

Os fãs percebem a consolidada identidade do canal, no qual se veem reconhecidos pelo conteúdo que ela veicula e pelas estratégias de aproximação do público que ela realiza. Mais que meros telespectadores, agem e falam como verdadeiros colaboradores da empresa que sonham em conhecer e, por que não, onde desejam trabalhar.

Muito dessa relação pode ser comprovada nos *slogans* (MARTINS, 2014, p. 5) que a emissora adotou ao longo dos seus 34 anos de existência, todos diretamente ou fazendo alguma referência jocosa à emissoras concorrentes ou agradecendo todo o carinho de seu público fiel⁸.

3.3 A parceria com a Televisa

Se há no Brasil uma parceria tão duradoura com uma produtora de outro país, essa parceria é a que compreende o Sistema Brasileiro de Televisão e a Televisa S.A.. A empresa de Silvio Santos apostou, desde a fundação da antiga TV S, em produções que pudessem atrair o público de todas as classes, mas para isso, decidiu atingir as camadas menos favorecidas economicamente, além do público que mais assistia ficava em casa e assistia televisão à época: as mulheres.

Com a crise de mercado que se instaurava, Silvio Santos havia decidido apostar em uma nova grade para dar corpo à sua programação noturna, antes recheada apenas com desenhos. Com a reestruturação, o *Noticentro*, jornalístico apresentado nas manhãs da emissora, passou a ser exibido às 18h, e o horário entre as 19h e 21h seria reservado para a exibição de novelas (SILVA, 2002).

Para tanto, Silvio Santos decidiu mesclar produções nacionais (sendo que para estas adquiriu textos já escritos de novelas de relativo sucesso na América Latina) e importar produtos que pudessem trazer a carga popular tão bem explorada pela TV S no início dos anos 80. E descobriu que as novelas mexicanas, referências mundiais na produção de

⁸ Slogans utilizados pelo SBT: 1981–1987: *Liderança absoluta entre os vice-líderes*; 1981–1986: *Passa pro 4*; 1987–1989: *Quem procura acha aqui*; 1990: *Vem que é bom*; 1991–1992: *SBT, 10 anos com você*; 1993–1994: *Se liga no SBT*; 1995–1998: *Fique ligado no SBT*; 1996–1997: *SBT, 15 anos. Tudo pra você*; 1998–1999: *SBT, a cara do Brasil*; 1999: *SBT é Brasil, é Sistema Brasileiro de Televisão*; 2000: *SBT no ano 2000, crescendo com o Brasil*; 2001–2002: *20 anos do SBT. Na nossa frente só você*; 2001–2004: *SBT, na nossa frente só você*; 2005–2007: *SBT, a TV dos brasileiros*; 2007: *A concorrência vai tremer de medo*; 2008–2009: *SBT, a televisão que agradece o seu carinho*; 2009–2010: *SBT, A TV mais feliz do Brasil*; 2011: *SBT, 30 anos com você*; 2012–atualmente: *#Compartilhe* (MARTINS, 2014).

teledramaturgia, seriam o melhor caminho para a adaptação de seus roteiros à realidade brasileira.

Em 5 de abril de 1982, o horário de novelas foi de vez instaurado na emissora paulista. Às 19h desse dia, estreava a novela *Destino*, adaptação Raymundo Lopes e Crayton Sarzy ao texto da mexicana Marisa Garrido que havia originado a produção *Mundos Opuestos*, exibida em 1976 pela Televisa em território mexicano. Na sequência, a primeira exibição de uma novela mexicana no Brasil se deu por *Os Ricos Também Choram*, escrito por Inés Rodena e exibida em terras mexicanas entre 1979 e 1980. Portanto, o SBT deu um duplo primeiro passo nessa data: ao mesmo tempo em que inaugurou seu setor de teledramaturgia também inovou com a importação de novelas mexicanas, um fenômeno que permanece intacto na televisão brasileira até os dias de hoje (SILVA, 2002).

Inicialmente, o horário de duas horas foi preenchido apenas pelas duas novelas, em uma estratégia até então inédita: às 19h, *Destino* tinha sua exibição original, precedida por *Os Ricos Também Choram* às 19h45. Às 20h15, ao término da exibição da produção mexicana, havia a reprise do capítulo exibido uma hora mais cedo de *Destino*, que buscava fidelizar tanto o público que não assistia a novela das 19h na Globo quanto quem não assistisse o *Jornal Nacional*. Mesmo com a expectativa de alcançar números tão bons quanto os que a trama atingiu no México seis anos antes, a novela não engrenou na audiência, sendo que a trama de Inés Rodena seria o grande sucesso daquele horário estipulado para as produções de dramaturgia.

Mesmo não servindo muito para a audiência, a produção fez subir o nível de investimento de Silvio Santos no campo do entretenimento: a novela teve valor mensal de Cr\$ 10 milhões e durou apenas 55 capítulos, além dos custos de cenário e figurino terem sido exorbitantes à época, já que a novela se passava entre os anos de 1958 e 1982. Esse formato de novelas curtas viria a ser uma grande aposta do SBT ao longo da década de 80, sendo que diversos textos seriam importados da própria Marisa Garrido (JUNIOR, 2013a).

É bom frisar que a entrada da Televisa no Brasil se deve, acima de tudo, a um brasileiro: Augusto Marzagão, famoso assessor político nos anos 80 e 90, foi vice-presidente da Televisa entre 1971 e 1989. Buscando expandir os horizontes para territórios de fala não-hispanizada e vislumbrando o mercado popular recém-implantado no Brasil, Marzagão ofereceu a Silvio Santos tanto a venda de novelas quanto de roteiros, que viriam a ser inicialmente introduzidos no Brasil exatamente em 1982 com estes dois folhetos supracitados (EX-ASSESSOR..., 1999). A parceria ainda renderia bons frutos ao SBT na sua primeira década de vida, com destaque para o início da década de 1990, quando a emissora de Silvio Santos passava por grande crise

econômica e decidiu apostar em títulos baratos, como a já aqui citada *Carrossel* e *Rosa Selvagem* (JUNIOR, 2013b).

Durante os anos de 1990, o SBT aumentou sua carga de novelas mexicanas, em especial com a produção de outros *remakes* originários de textos de grande sucesso produzidos pelos escritores da Televisa. A parceria também alcançaria números expressivos na audiência com as novelas estreladas pela atriz e cantora Thalia, como *Maria das Mercedes*, *Maria do Bairro* e *Marimar*. Mas se formos trabalhar com números da audiência, nenhuma novela causou tanto furor na grade do SBT até os anos 90 como *A Usurpadora*, estrelada por Gabriela Spanic e Fernando Colunga, que foi exibida em horário nobre durante o ano de 1999 e reprisada 5 vezes em até o ano de 2015 (QUINTA..., 2015). Alcançando 20 pontos de média, chegou inclusive a incomodar o autor Jayme Monjardim, da TV Globo, que afirmava à época que esses eram “números” que não podiam ser ignorados (APOLINÁRIO, 1999).

Já no início dos anos 2000, outros títulos infantis são importados junto à Televisa: *Carinha de Anjo* é maior destaque dentre todos estes, por ser exibido em um horário em que encarava as telenovelas globais das 19h e o início do Jornal Nacional. Entretanto, a novela alcançou excelentes índices de audiência, sempre oscilando entre os 14 e os 20 pontos de audiência, superando a expectativa inicial de apenas 13 pontos de média na audiência para o núcleo de dramaturgia do SBT (ALBANEZ, 2012).

Em 2008, o SBT deixa de renovar seu contrato com a emissora da família Azcárraga, que fecha uma parceria de coprodução na teledramaturgia com a Rede Record, que duraria até 2013. O único produto licenciado ao SBT continuariam sendo as séries de Roberto Gómez Bolaños, através de um contrato paralelo que permitia também a exploração comercial do nome *Chaves* (PAIVA, 2008). Entretanto, mesmo com a ligação entre Record e Televisa, o SBT produziu o que seria um de seus maiores trunfos do século XXI: um remake de *Carrossel*, sucesso na emissora no princípio dos anos 80.

Durando 14 meses no ar, a novela foi um verdadeiro sucesso comercial e de público tanto para SBT quanto para a Televisa. A adaptação feita por Íris Abravanel além de atingir boa média de audiência, batendo em 15 pontos, também fez com que o faturamento artístico da emissora fosse ampliado, muito por conta dos mais de 300 produtos licenciados da marca mexicana no Brasil, além das fatias para anunciantes durante os intervalos comerciais terem sido supervalorizadas ao longo da exibição da trama, entre maio de 2012 e julho de 2013, com preços chegando a casa dos 200 mil reais por VT de 30 segundos de cada anunciante.

O blogueiro do portal UOL Maurício Stycer (2012) fez uma boa ligação entre o espírito do SBT e a produção da trama infanto-juvenil em parceria com a Televisa:

Parece claro que há não apenas público, mas mercado interessados num tipo de programação mais simples, sem o mesmo acabamento oferecido pela concorrência e que produz o efeito de deslocar o espectador no tempo. “Carrossel” é uma novela infantil, protagonizada por crianças para crianças, mas é irresistível para adultos por conta desta combinação típica que o DNA mexicano do SBT sabe fazer. Em primeiro lugar, o texto da novela. Não há espaço para ironia, insinuação ou sutileza na fala dos personagens. Tudo é simples e direto, de maneira a não deixar dúvidas na cabeça de ninguém. [...] “Carrossel”, enfim, reafirma a vocação do SBT, insuperável no jeito mexicano de fazer televisão no Brasil.

E esse jeito de se fazer televisão atraiu ainda mais a atenção da Televisa para o ano seguinte. Em 2013, as duas empresas tiveram a maior aproximação em mais de 30 anos de parceria, com o alinhamento de acordos comerciais para dois dos produtos mais rentáveis da parceria, *Chaves* e *Carrossel*. Em entrevista de abril daquele ano, a diretora geral do grupo Maca Rotter Alday afirmou que o SBT era o principal cliente da Televisa no Brasil, com *Chaves* alcançando diferentes gerações e se tornando um ícone da TV e da cultura nacional. Além disso, *Carrossel* tinha se tornado um grande sucesso na TV nacional, portanto o plano de licenciamento das marcas seria “agressivo, sempre traduzindo os elementos de cada conteúdo por meio de uma propriedade sólida, que atinge toda a família” (LIMA, 2013a).

Em março de 2014, o SBT assinaria um contrato de longa duração com a Televisa no Brasil, reforçando a coprodução de suas novelas e importação de novos sucessos produzidos no México. Além disso, as estratégias de mercado seriam analisadas a fundo pela empresa, já que havia grande vontade por parte da alta cúpula da emissora para investir no mercado brasileiro, conforme relatou José Maurício Fittipaldi em entrevista na época (VAQUER, 2014):

Para Televisa, investir em um dos maiores mercados da América Latina é muito importante. Pode-se dizer que tem ainda mais importância, pois está dentro da faixa territorial dos negócios da empresa. No entanto, é ao mesmo tempo muito competitivo, não é um mercado fácil. Assim, surge a intenção de trabalhar na produção e coprodução através da criação de parcerias estratégicas para alcançar conta para essa complexidade e adaptar-se a esta competição. Não vamos medir esforços para novos negócios darem certo por aqui.

No mês seguinte, cinco dos principais diretores do SBT estiveram na Cidade do México para tratar como a parceria seria viesada a partir de 2015, além de conhecerem as estruturas e os modelos de negócios da empresa, além de definir qual seria a novela que se utilizaria do elenco infantil da emissora (LIMA, 2014). No começo do referido ano, o SBT anunciou a compra de um pacote de novelas produzidas pela Televisa, que começariam a ser exibidas no

meio do ano, como *Teresa e A Dona*, esta última estrelada por Gabriela Spanic, outrora famosa por seu papel em *A Usurpadora* (LIMA, 2015a).

Com todos esses vieses apresentados, dizer que o sucesso de produções mexicanas em terras brasileiras se deve, em primeiro lugar, à própria cultura nacional, não seria nenhum impropério. Conforme relata Ana Maria Balogh (2002, p.79), o modo de enxergar a cultura do outro e adaptá-la ao contexto nacional é comum ao brasileiro, assumindo-a de modo antropofágico, assim como apregoavam os intelectuais modernistas que organizaram a Semana de 1922. Assim, as relações intertextuais foram vorazmente devoradas pelo avanço da sociedade global, onde o mundo “desterritorializou-se, fragmentou-se”, e a “cultura mundializou-se”.

Desse modo, a produção cultural organizada pela teledramaturgia e pelo entretenimento da Televisa, mesmo que realce características voltadas à sociedade mexicana, aborda temas sempre muito amplos e que se desprendem, sem grandes problemas, das limitações tempo-espaciais. Octavio Ianni (1997, p. 99-104) lança a ideia de a desterritorialização é um processo cada vez mais crescente e amplo, sem escolher o que entra em sua máquina de globalização. Processos culturais, políticos e econômicos estão cada vez mais próximos um do outro, mesmo que não se saiba mais sua origem, revelando “condições desconhecidas” e atuando como uma das principais ideias da pós-modernidade.

Assim, segundo Barbero (2005, p. 252-253), a televisão além de andar junto com esse processo transnacional, pode ser vista de uma forma positivista como um instrumento de democratização de conteúdo, realizando-se na produção hegemônica de conteúdos que cada vez menos utilizem-se do “esforço decodificador” do público e pouco explorando os preconceitos das maiorias frente às massas. Além desse fato, a televisão se tornou na América Latina um meio primordialmente cotidiano e de características de família por representar uma “situação básica de reconhecimento” (p. 305):

E não se pode entender o modo específico que a televisão emprega para interpelar a família sem interrogar a cotidianidade familiar enquanto lugar social de uma interpelação fundamental para os setores populares. [...] Âmbito de conflitos e fortes tensões, a cotidianidade familiar é ao mesmo tempo ‘um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações’.

Ao falar das produções novelísticas na América Latina, Mato (2001, p. 232) realça um fato de vital importância: com o rompimento de barreiras territoriais e a ampla abordagem de

questões sociais, é difícil dizer que uma telenovela é deste ou daquele país. Por exemplo: desde o fim da década de 1980, ocorre em ascendência a importação de roteiros e até mesmo de atores de outras nacionalidades ibero-americanas para a produção adaptada de telenovelas importadas. Do mesmo modo, a homogeneização da produção de telenovelas e produtos exportados em larga escala no mercado televisivo mundial constitui uma grande fonte de renda às produtoras de conteúdo, como a própria Televisa mexicana.

3.4 A importância de Chespirito para o SBT

Para falarmos do quão importante é a figura de Roberto Bolaños para o Sistema Brasileiro de Televisão, deve-se inicialmente retornar aos primórdios do SBT, mais exatamente no ano de 1982.

Com a oferta de programação barata e de qualidade da Televisa à Silvio Santos, o empresário decide investir pesado e comprar dezenas de roteiros e novelas mexicanas já produzidas para exibir em seu canal. De brinde, a emissora mexicana envia dois lotes de episódios de séries de sucesso em seu país, *El Chavo del Ocho* e *Chapulín Colorado* em meio ao emaranhado de fitas e roteiros comprados no início dos anos 1980 pela TV S. Silvio Santos decide enviar para o estúdio de dublagem do SBT quinze episódios de cada uma das séries para testar, junto ao público, sua recepção.

Nenhum dos acionistas do SBT gostou do resultado. Mas o chefe de dublagem dos estúdios MAGA, responsáveis pelo serviço terceirizado prestado à emissora, Marcelo Gastaldi, convenceu Silvio que valeria a pena investir na série. No fim, mais 250 episódios foram comprados pela emissora junto à Televisa, no valor de US\$ 250 cada um, e começaram sua exibição dois anos mais tarde. A dublagem, trabalho fundamental para o sucesso de Chaves no Brasil, será tratado mais tarde dentro deste capítulo (KASCHNER, 2006, p. 127).

Em 24 de agosto de 1984, estrearam tanto Chaves quanto Chapolin na grade de programação do SBT, ambos como integrantes secundários de programas de sucesso dentro da emissora. Pela manhã, foi exibido o episódio *Caçando Lagartixas (La Resortera*, de 1974) de Chaves dentro do longuíssimo “Programa do Bozo”, e no horário das 18h, dentro do “TV Pown”, apresentado por Sérgio Mallandro e Mara Maravilha, ia ao ar o episódio *Aristocratas Vemos, Gatunos não Sabemos (Aristocratas Vemos, Rateros no Sabemos*, de 1978) (KASCHNER, 2006). A recepção perante o público foi um sucesso, sendo que ambos ganharam em 1985 programas solo dentro da programação do SBT (BAHR, 2014, p. 25).

O SBT adquiriu episódios de Chaves e Chapolin em quatro anos, divididos e comumente chamados pelos fãs de “lotes”: 1984, 1988, 1990 e 1992. À medida em que os episódios eram dublados e colocados no ar, episódios com histórias semelhantes e com dublagem mais antiga eram depositados no arquivo da emissora, sendo que muitos jamais foram exibidos novamente (KASCHNER, 2006, p. 128). Em 2012, com o anúncio da extensão da parceria entre SBT e Televisa, outros episódios das duas séries foram comprados, fazendo com que a emissora brasileira possuísse um dos maiores acervos das séries de Roberto Bolaños em todo o mundo.

Mesmo com a grande ligação com os programas de Chespirito, o SBT não foi o único canal nacional a exibir suas séries. Em 1997, a paranaense CNT assinou contrato com a Televisa para a transmissão de novelas e, de quebra, adquiriu parte dos quadros do programa *Chespirito*, com episódios e personagens diferentes dos exibidos no Brasil até então, sendo que pouquíssimos quadros de Chaves e Chapolin foram transmitidos durante o ano de parceria. A dublagem diferente da já tradicional do SBT, feita nos estúdios BKS, também não caiu no gosto do público (KASCHNER, 2006, p. 129).

Ao longo dos anos, Chaves e Chapolin se tornaram grandes paladinos de audiência dentro do SBT. Segundo Arlindo Silva (2002), nenhum dos executivos do SBT acreditavam que a série pudesse alcançar qualquer êxito, pois “todos achavam aquilo um seriado brega, mal feito, uma coisa sem graça. A realidade, porém, é que [...] Chaves continua um sucesso de audiência, em qualquer horário em que seja exibido”. E a grande prova disso foi no final dos anos 80, quando chegou a ser exibido três vezes ao dia na grade da emissora de Silvio Santos (12h30, 18h e 20h30), sempre conseguindo bons números no ibope nos momentos de crise naquele período (KASCHNER, 2006, p. 128).

Nos anos 90, o público sofreu com a constante mudança na grade de programações do SBT, que fazia com que as séries mudassem de horários sem aviso prévio ou fossem retiradas da grade de programação (HISTÓRIA..., 2005). Mesmo assim, os bons números da audiência chegaram a derrotar inclusive, tanto na parte da manhã quanto na hora do almoço, a TV Globo e suas atrações com grande produção, como o *Mais Você* de Ana Maria Braga e o *Globo Esporte* (KASCHNER, 2006, p. 129-30). Nos anos 2000, a instabilidade e a renovação de programação do SBT chegaram a colocar em cheque a exibição das séries na emissora sediada em Osasco: em 2005, a Televisa passou a cobrar o triplo do valor anteriormente estipulado (de R\$ 500 mil para R\$1,5 milhão) para o contrato entre as emissoras ser mantido. Depois de quase três meses de negociações, o acordo foi renovado, depois de grande insistência dos fãs e da imprensa, que afirmavam, entre outras coisas, que o fim da exibição de Chaves seria também o “fim da ingenuidade infantil na televisão brasileira” (ABRAMO, 2005).

Nos anos seguintes, o SBT passou a apostar mais no produto Chaves e também a estabelecer melhor seus horários na grade de programação. Em 2013, a emissora recebeu pela primeira vez os direitos comerciais para explorar a marca de Roberto Bolaños, em um alinhamento que visava expandir os negócios da empresa assim como fez com *Carrossel* (SACHITIELLO, 2013). Em 2015, a SBT Licensing adquiriu também os direitos da marca Chapolin Colorado (JUNIOR, 2015b) apostando mais uma vez na parceria com a Televisa, mesmo não exibindo a série para todo o território nacional há quase 10 anos.

Reconhecidamente como um dos principais legados do SBT, presente desde a época populesca da emissora nos anos 1980, os seriados foram de vital importância para que a parceria com a Televisa alcançasse o sucesso que hoje se vislumbra na audiência e na tradição da emissora, incluindo tanto as séries de Chespirito quanto às novelas (BAHR, 2013, p. 13), por vezes reprisadas à exaustão na emissora de Silvio Santos. Muitos creem, como Pablo Kaschner (2006, p. 89-90) que o êxito alcançado se deve muito ao processo reafirmação da simplicidade, de uma posição estratégica do eu e também da subjetivação da modernidade. Usando a linguagem universal, o humor, a linguagem simples e de fácil compreensão para todos torna Chaves um símbolo que ultrapassou os limites do espaço e do tempo, utilizando-se de estratégias televisivas como a repetição e os roteiros simples e sendo uma grande atração em todos os países que é exibido, reafirmando aspectos de uma rotina presente na vida de milhões de pessoas da América Latina.

A intrínseca ligação das séries de Roberto Bolaños com o formato de programação do SBT também é reforçado pela própria filosofia da emissora de Silvio Santos. Conforme Maurício Stycer afirma em sua coluna no site UOL (2012) que a imagem feliz e popular que tanto tenta transparecer em suas campanhas publicitárias dialoga com perfeição ao estilo mexicano de se fazer televisão do SBT. Muito disso, considera Bahr (2013, p.12), por conta da própria similaridade histórica entre as emissoras:

Talvez Chaves faça ainda hoje o sucesso na programação do SBT, pelo fato de ter o mesmo público da rede mexicana - foi a primeira vez que se dirigiu um espaço humorístico dirigido ao público adulto no México - e de mais 75 países que teriam esta mesma visão sobre o fenômeno mexicano. Talvez, Silvio Santos tendo a mesma trajetória que os mexicanos influenciou na escolha do seriado, afinal, começaram em rádio, formaram um conglomerado de canais de TV para se tornar uma emissora grande, com a sua grade voltada a família trabalhadora do seu país. O SBT sempre esteve envolvido em tentar criar uma programação mais popular, criando fatos reais e provocativos como

o jornal *Aqui e Agora* e também na busca da televisão da alegria, como *Bozo*, *Praça é Nossa* e claro, o *Chaves*.⁹

Conforme dito anteriormente neste trabalho monográfico, o produto *Chaves* tem ainda é uma atração rentável no Brasil. As figuras dos personagens se tornaram referências culturais como se fossem produtos nacionais, sendo o trabalho de Roberto Bolaños incorporado ao estado de espírito do povo brasileiro. Pode-se dizer que, assim como Silvio Santos, o SBT alimentou os trabalhos de Chespirito e os elevou à uma categoria de estrelas frente ao público nacional. A definição dos fãs das produções de Bolaños se encaixa no estudo de Costa (2009, p. 13-14), onde o fã é retratado como o criador de uma nova rede de partilha de gostos, sendo que a gênese de tudo é o trabalho de seu ídolo:

Os fãs tornam o ídolo um verdadeiro objeto de culto. Santificam-no a ponto de transformar as prateleiras de seu quarto em verdadeiros santuários, com todos os produtos possíveis de seu ídolo. A contemporaneidade facilitou o alargamento do espaço para tal “ritualização”. São os espaços virtuais em que os fãs celebram seu objeto de desejo em blogs, sites de divulgação, comunidades em sites de relacionamentos. São os caminhos para a idolatria que agora não se bastam apenas nos shows ou nas telas, eles ultrapassam o convencional. O espetáculo do culto que a indústria reconhece e domina, criando as estruturas necessárias para celebrar o ídolo das massas.

O reconhecimento na internet talvez seja um dos maiores álibis a essa admiração a Roberto Bolaños. O Brasil hospeda em seus servidores os dois maiores fóruns de discussão e socialização de seus fãs no mundo, o Fórum *Chaves* e o Fórum Único Chespirito. Além disso, desde 2002, o fã-clubes Chespirito Brasil tem atuado na internet com a missão de preservar a imagem do ator mexicano e seus trabalhos por meio de eventos (virtuais e presenciais) e atuações em trabalhos que envolvam também o Sistema Brasileiro de Televisão, como a dublagem do lote de 2012 feito pela Rio Sound e exibido pelo SBT no mesmo ano (CHESPIRITO-BRASIL, 2012).

Além disso, o próprio elenco dos seriados CH reconhece que o Brasil se tornou um país especial quando se trata de quantidades de fãs e homenagens feitas. O ator Edgar Vivar, em entrevista no ano de 2012, relatou: “O Brasil foi o último país no qual o programa foi lançado, mas agora é o que tem mais fãs. Acho que é assim pela cultura similar, com uma criança que não é muito inteligente pela falta de nutrição. Isso é uma coisa comum nos países latino-americanos” (PARA..., 2012). O próprio Bolaños em sua última entrevista (2011), concedida

⁹ Apesar dos erros de concordância, o texto está aqui referenciado assim como no texto original.

ao apresentador Carlos Massa, o Ratinho, agradeceu o público brasileiro e externou seu carinho para com este: “Agradeço de todo o coração o que dizem de mim no Brasil. Creio que não mereço isso, e digo isso sinceramente, então os agradeço muito mais. [...] Brasil, amo vocês. Eu te amo”.

Como vemos, são grandes as semelhanças culturais tanto entre o público para o qual Chaves e Chapolin foram inicialmente produzidos quanto para os que ainda hoje exaltam o trabalho de Roberto Bolaños. No Brasil, essas nuances são destacadas por diversos motivos, mas relato aqui uma das principais razões para tamanho sucesso: o trabalho de dublagem.

3.4.1 A dublagem MAGA

Com o avanço do mercado de TV à cabo no Brasil e a proliferação de canais especializados em transmissões de séries e filmes estrangeiros, o consumidor nacional ficou cada vez mais exigente à qualidade dessas exibições. Um dos principais alvos dos espectadores são os trabalhos de dublagem, que pouco mantêm da entonação original e do sentido de boa parte das falas do material importado. Por muitas vezes, os canais abertos e fechados oferecem apenas o produto dublado, obrigando o espectador a se acostumar com diálogos modificados e vozes que destoam da própria característica das personagens.

O trabalho de dublagem de audiovisuais está intimamente ligado à tradução audiovisual, que também se relaciona à transição do cinema mudo para o sonoro, no ano de 1927. O primeiro filme dublado para o português brasileiro foi a produção animada *Branca de Neve e os Sete Anões*, inteiramente traduzido (incluindo suas canções) sob supervisão direta dos estúdios Walt Disney, e o primeiro estúdio de dublagem 100% nacional foi o Herbert Richers, na cidade do Rio de Janeiro, fundado em 1946 (QUANDO..., 2005).

De acordo com Carvalho (2005, p. 25), a tradução audiovisual se define como:

[...] o conjunto de práticas que envolve principalmente a tradução oral e escrita de programas e filmes de naturezas e formatos variados, exibidos ou transmitidos em cinemas, aparelhos de televisão ou computadores e veiculados através de diversos meios eletrônicos, digitais e analógicos, tais como filmes cinematográficos, fitas VHS, DVDs, arquivos e transmissões via satélite.

A recepção da dublagem no Brasil mudou ao longo dos anos, pois além de se tratar de um trabalho de transcrição e adaptação do áudio original, o trabalho acabou se tornando basicamente todo voltado ao para valores mercadológicos, já que pesquisas apontam que mais

de 70% da classe C brasileira prefere produtos dublados aos legendados (RAMOS, 2012, p. 7-8). Para driblar tais imposições, os consumidores muitas vezes acabam apelando aos serviços de internet, onde o produto pode ser encontrado em sua língua original e com legendas.

Entretanto, poucos trabalhos de dublagem são tão aclamados como o desenvolvido pela MAGA na dublagem de Chaves e Chapolin Colorado, responsáveis em grande parte pelo sucesso das séries no Brasil devido ao peculiar trabalho da empresa do paulistano Marcelo Gastaldi, contratado nos anos 70 pela TVS de Silvio Santos, para coordenar as dublagens dos produtos que seriam adquiridos pela emissora para preencher a programação de seu canal no Rio de Janeiro (SILVA, 2002).

Gastaldi nasceu em 1944, e desde cedo esteve envolvido no mundo da dublagem e da televisão. Participou de diversas séries nas emissoras da cidade de São Paulo entre os anos 1960 e 1980, tendo ingressado no mundo da dublagem quase no mesmo período em que entrou na televisão. Além disso, foi cantor em um grupo de Jovem Guarda chamado *Os Iguais*, frequentando os estúdios de gravação com o parceiro e também mais tarde dublador Mário Lúcio de Freitas e com Antônio Marcos, famoso cantor à época (BAHR, 2014, p. 40). Dublou diversos personagens e dirigiu diversos trabalhos no comando da MAGA, se destacando inicialmente pelos trabalhos feitos em *Snoopy & Charlie Brown*, *A Vida de Brian* (dos britânicos do Monthly Pyton) e *Super-herói Americano*. José Salathiel Lage, diretor do núcleo de dublagem do SBT no início dos anos 80, conta a Arlindo Silva (2002) como foram os primeiros trabalhos da companhia para a TVS:

As novelas mexicanas eram dubladas em um estúdio precário, instalado no prédio onde existia o CPD do Grupo Silvio Santos, na Via Anhangüera. Começou a funcionarem 1979, quando Silvio comprou várias séries americanas, entre elas *I Love Lucy*, shows de Jerry Lewis dos mágicos David Copperfield e Doug Henning, além de desenhos. O objetivo principal era dispor de material para abastecer a TVS-Rio e também para comercializar com emissoras independentes de todo o país. Esses seriados e shows eram gravados em videoteipe e, até então, não se fazia dublagem em videoteipe no Brasil.

Com a compra da novela *Os Ricos Também Choram* pelo SBT em 1982 e com a consequente chegada das séries de Chespirito ao Brasil, Marcelo Gastaldi foi encarregado por Silvio Santos para dirigir a dublagem das séries. Mesmo o material tendo sido reprovado por todo o conselho do SBT, Gastaldi convenceu Silvio que as séries tinham potencial, já que havia ficado encantado com o humor puro e ingênuo produzido por Roberto Bolaños, sentindo que com bom trabalho na dublagem o material seria bem aceito pelo público (KASCHNER, 2006, p. 169-70)

Foi Maga quem escolheu o elenco que faria parte do processo de dublagem de Chaves, que ao todo durou dez anos. Privilegiou atores que compartilhassem do mesmo timbre de voz do elenco mexicano e que tivessem habilidade com a sincronia labial, processo fundamental para a qualidade das dublagens (BAHR, 2014, p. 43). De início, haviam 10 tradutores trabalhando na tradução dos roteiros originais para o português, sendo que o nome dos personagens foi sendo adaptado apenas ao longo da produção do primeiro lote de dublagens, em 1984. O próprio nome do personagem principal é um trabalho criado pela “arte de dublagem”, já que o movimento labial de *Chavo* no espanhol e *Chaves* no português é igual (SILVA, 2002)¹⁰.

Os trabalhos de dublagem da equipe de Gastaldi se iniciaram no ano de 1983, com o trabalho se estendendo até 1992. O primeiro dos lotes seria levado ao ar, inicialmente, em 1984 dentro do extinto *Programa do Bozo*, contando com cerca de 80 episódios de cada uma das séries. Em 1988, outros 135 episódios seriam comprados pelo SBT e dar corpo ao arquivo das séries no SBT, repetindo-se esse fato em 1990 e 1992. Além de Gastaldi, Mário Lúcio de Freitas, Osmiro Campos e Nelson Machado se revezaram na direção das dublagens das séries, que eram adquiridas sem ordem de temporada, ou seja, facilmente episódios da mesma temporada possuíam dublagens de lotes diferentes.

Além do meticuloso trabalho na escolha dos dubladores que comporiam o elenco, Gastaldi e Mário Lúcio também foram responsáveis pela escolha da musicalidade dos episódios das séries. Utilizando-se do vasto arquivo de discos adquiridos pela TVS no fim dos anos 70 e princípio dos anos 80, realizaram um trabalho de sonorização quase que completa da série, aproveitando do original poucas *background musics* (ou BGM's) e principalmente no início das dublagens. Com o passar dos anos, trilhas de filmes e discos de sonorização foram escolhidos a dedo para transmitir um ambiente sonoro que lembrasse o mundo infantil, com sons carregados de sintetizadores e instrumentos de sopro. Dentre os principais temas escolhidos, sua maioria era composta por Alan Hawkshaw, John Charles Fiddy e Tony Hymas, da produtora inglesa Bruton Music, além de Brian Bennett e Norman Warren pela também inglesa KPM.

¹⁰ Ao todo, o elenco principal de dublagem composto pela MAGA nos oito anos de trabalho à frente de Chaves e Chapolin foi composto pelos seguintes atores: Marcelo Gastaldi (Roberto Gómez Bolaños); Carlos Seidl (Ramón Valdez); Nelson Machado (Carlos Villagrán); Martha Volpiani (Florinda Meza); Potiguara Lopes e Osmiro Campos (Rubén Aguirre); Cecília Lemes e Sandra Mara de Azevedo (Maria Antonieta de Las Nieves); Mário Vilela (Edgar Viver); Helena Samara (Angelines Fernández); Olney Cazarré (Raul “Chato” Padilla); e Sílton Cardoso (Horácio Gómez) em quase todos os episódios das séries. Também merecem destaque os trabalhos de Élcio Sodré, Luiz Carlos de Moraes, Leda Figueiró, Dráusio de Oliveira e Orlando Viggiani (KASCHNER, 2006, p. 169-179).

Talvez a principal virtude do trabalho da MAGA tenha sido adaptar inúmeros verbetes, poemas e músicas do espanhol para o português sem fazer o sentido original da série perder seu sentido. Diversas citações a temas totalmente envoltos à nossa realidade na época dos anos 80, como as moedas cruzeiro e cruzado, o técnico da seleção brasileira Sebastião Lazzaroni e produtos do próprio SBT, como Jô Soares e a novela *Os Ricos Também Choram*, são alguns dos exemplos a serem destacados. Um dos trabalhos de maior referência ao SBT seria feito em uma adaptação da música *Gracias Cri-Cri*, composta por Roberto Gómez Bolaños para o episódio *Dia de los Niños* (1979), que homenageava o cantor e compositor mexicano de músicas infantis Francisco Gabilondo Soler (PORTUGUÉS; PORTUGUÉS, [20-?]). Gastaldi e Mário Lúcio de Freitas acabariam transcrevendo uma música que falava da Parada da Criança de 1988, promovida pelo SBT em parceria com a Disney no dia das crianças, em 12 de outubro, em comemoração aos 60 anos da criação do personagem Mickey Mouse (JUNIOR, 2013c). Eis um trecho da canção *É Aqui* (O DIA..., 1979):

Sonhei esta noite com a parada das crianças/Que vi a banda de música passar/
E ao lado de toda essa alegria a criançada sorria com vontade de pular/ Depois
o Mickey Mouse apareceu e acenou pra todo mundo que veio participar [...]
Sonhei que o SBT tinha feito uma parada/E vi com emoção a plateia que
assistia/E aí essa gente que dançava sorria e gritava como nunca vi ninguém/
E quem dela não participou, trisinho então ficou esperando ano que vem.

O trabalho da MAGA também seria utilizado para divulgar o produto de Chaves por meio do mercado fonográfico. No disco do cantor e apresentador Sérgio Mallandro, intitulado *Oradukapeta*, de 1988, lançado pelo selo da CBS, uma das faixas conta com a participação dos dubladores de Chaves para contar a trama do próprio personagem (MALLANDRO, 1988). Em 1990, o SBT investiu no formato e lançou um disco inteiro com músicas relacionadas ao programa, produzidas por Mário Lúcio de Freitas e Marcelo Gastaldi em parceria com a Polygram. À época, em entrevista do *Jornal do Brasil*, o chefe da dublagem afirmou que “por problemas de rima” e desconhecimento do contexto geral da série, a adaptação do disco original mexicano não ficou fiel à série que as pessoas acompanhavam pela televisão (DURST, 1990).

Com a chegada de outros produtos de Roberto Bolaños ao Brasil no decorrer dos anos 80, as dublagens passaram a ser executadas por outros estúdios. Com a morte de Marcelo Gastaldi em 1995 (KASCHNER, 2006, p. 170), os trabalhos da MAGA foram encerrados e as séries foram dubladas em outros estúdios. Em 1997, os estúdios BKS e Parisi ficaram responsáveis pelos trabalhos de dublagem do programa *Chespirito*; em 2000, o SBT adquiriu a série renomeando-a para “Clube do Chaves”, sendo os episódios redublados no estúdio Gota

Mágica, de propriedade de Mário Lúcio de Freitas, contando com alguns dubladores do elenco da MAGA, como Osmiro Campos e Martha Volpiani; e em 2005, a Amazonas Filmes foi autorizada a lançar no Brasil DVD's das séries de Chespirito no Brasil, com o elenco praticamente não sofreu alterações do original, sendo os personagens interpretados por quase todos os remanescentes vivos dos trabalhos da MAGA.

Com a reafirmação dos contratos entre SBT e Televisa em 2012, a emissora adquiriu quatorze novos episódios da matriz mexicana, enviando-os para dublagem (além de mandar redublar alguns episódios antigos) no estúdio da RioSound, no Rio de Janeiro. Novamente, manteve os mesmos dubladores originais que estiveram no processo da Gota Mágica, mas a não participação de Nelson Machado e Carlos Seidl gerou diversas críticas do público. Por conta de falta de pagamento pelos direitos de suas vozes, Nelson e Carlos movem ações contra o SBT desde os anos 2000, assim como a família de Marcelo Gastaldi, e para evitar maiores desgastes, foram cortados das novas dublagens

Apesar dos trabalhos subsequentes, nenhum trabalho identificou tanto Chaves no Brasil quanto os da primeira dublagem. O fenômeno foi tão arrebatador que segundo Bahr (2014, p. 42):

Aqui no Brasil, a obra original já se pode confundir com a dublagem, criando um imbricamento entre a imagem mexicana e a fala brasileira. A passagem dos atores pelo Brasil está hoje condicionada à mescla dos atores com seus dubladores, pois o público que acompanha série e ocorre às apresentações de seus atores no Brasil manifesta o desejo de ver o ator mexicano interpretando o personagem, mas, ao mesmo tempo, ouvi-lo com a voz brasileira, ou seja, o ator original deve se tornar brasileiro. Carlos Villagrán, que interpreta o Quico, quando excursiona em turnês pelo Brasil, adota o expediente de contratar seu dublador brasileiro, Nelson Machado, para poder se comunicar com o público da forma com a qual este está habituado.

Com a dublagem de Chaves sendo tratada pelos autores Michael Bahr e Pablo Kaschner como um dos principais fenômenos de aproximação cultural e mercadológico entre Brasil e México, entendemos que o embasamento deste trabalho explica as principais criações de sentido tanto no México quanto no Brasil para a obra de Roberto Gómez Bolaños e, portanto, para criação de seu sentido de importância nos dois países.

4 A MORTE E O MORRER

4.1 Os vieses culturais

O tratamento dado pelo homem à morte varia de acordo com o tempo, o espaço e a cultura. Com o passar dos anos, morrer transformou-se em um evento que merece a atenção tanto de historiadores quanto do próprio povo que, de acordo com seu contexto modificava a forma de encarar tal processo. O que não se pode negar é que as representações sociais associadas ao processo de morrer são intrinsecamente ligadas a um determinado contexto social, conforme veremos adiante.

O evento social caracterizado pela morte pode ser definido por três palavras: mistério, incerteza e medo. Todas estas ligadas ao fato de não se saber como é o exato momento que define a passagem de um corpo para outra dimensão ou pelo simples instante em que a vida terrena se finda. Estes elementos aguçam a riqueza cultural dos mais diversos povos, que buscam na religião, nas artes e na filosofia respostas que deixem o processo da morte mais inteligível e, conseqüentemente, menos doloroso e angustiante com o passar do tempo (CAPUTO, 2008, p. 73).

O que a sociedade ocidental moderna entende sobre a morte hoje é resultado de diversos olhares, baseados em sua maioria nas religiões cristãs, ponto chave para grande parte dos elementos relacionados à morte. Eventos como o Natal e a Páscoa caracterizam bem o papel que o nascimento e a ressurreição de Jesus Cristo representam para a cultura ocidental, pois a morte física passa a representar a ida à chamada vida eterna. “É por essa razão que o cristão se empenha em desejar a morte com alegria, como um renascimento” (ARIÉS, 1977, p. 25).

Nos tempos antigos, especialmente na Idade Média, a morte tinha um papel tão natural na vida das famílias quanto qualquer outro curso natural da vida. A morte era tratada, de certo modo, como “familiar e próxima”, quando o próprio moribundo, através de sinais naturais ou com sua própria consciência, advertia com serenidade que seu fim era próximo, tomando suas próprias precauções acerca dos ritos que antecederiam e precederiam o ato de morrer. Philippe Ariés (1977, p. 29) relata que, desde o século X, o homem era ingênuo e sábio ao mesmo tempo, entendendo que estava sujeito a “uma das grandes leis da espécie e não cogitava em evitá-la, nem em exaltá-la. Simplesmente a aceitava, apenas com a solenidade necessária para marcar a importância das grandes etapas que cada vida devia sempre transpor”. Assim, a morte era domesticada, domada pelos homens e por suas famílias.

Entretanto, a partir do século XVIII, com as mudanças políticas e econômicas, atreladas à forma como a sociedade passou a se organizar, o morrer passou a ser atrelado a um sentido mais romantizado, exaltado, dramatizado e, até mesmo, desejado (ARIÉS, 1977, p. 41). A conotação passa a ser não mais de um processo ligado à religião ou ritos: o homem é simplesmente tirado de sua vida em uma grande ruptura, sendo “lançado em um mundo irracional, violento e cruel” (CAPUTO, 2008, p. 77). Neste processo de laicização, onde a Igreja passa a agir de modo separado nos ritos mortuários, a morte se torna cada vez menos um evento “familiar”, de inteligibilidade conexa com os processos naturais da vida, e cada vez mais como um “tabu”, algo tratado com grande precaução e, até mesmo, com grande negação: morrer deixa de ser um processo domado e passa a ser um processo de interdição.

Estudiosos como Torres e Maranhão (apud CAPUTO, 2008) descrevem a morte como o grande desafio a ser encarado no século XX, substituindo o sexo como principal assunto a ser evitado pela população moderna. Muniz (2006, p. 160), relata que a sociedade capitalista e até a medicina compartilham o interesse de não enfrentamento da morte:

A constatação de que a morte é inevitável está encoberta pelo empenho em adiá-la cada vez mais com a ajuda da medicina, ou ainda, pela dinâmica da sociedade capitalista, que entende o morto como um ser não produtivo e os vivos com ser que quer tem tempo para expressar seus sentimentos e sepultar seus mortos. Esquecemos de refletir sobre a vida e negamos a morte, talvez seja por isso que sofremos tanto.

Essa dinâmica também levou o ser humano ocidental a desenvolver um medo quase que inconsciente da morte. A partir do século XVIII, as representações sociais e artísticas relacionadas ao morrer passaram a ser cada vez mais escassas, já que passou a ser considerada, assim como o sexo, uma “ruptura ao mesmo tempo atraente e terrível da familiaridade cotidiana”. Iniciada no imaginário, esse medo em pouco tempo já estava no mundo real, em especial com o processo da morte aparente, considerada a primeira razão aceitável do medo de morrer. Em consequência, representar ou imaginar o defunto passou a ser inaceitável, com o chamado “erotismo macabro” sendo cada vez mais reprimido, e a morte, cada vez mais silenciada. Desse modo, a não discussão acerca da morte a “tornou uma força selvagem e incompreensível”, chegando assim à última etapa de discernimento da sociedade moderna sobre o processo de morte e de morrer (ARIÉS, 1977, p. 90-91).

Estudar a maneira como uma sociedade encara a morte e suas representações sociais é, além de tudo, estudar a forma como um povo cria e mantém sua própria identidade coletiva e estabelece uma tradição. Assim como diz Nascimento (2001, p. 7):

Os homens são expressões de uma cultura específica e nesse sentido pode-se afirmar o papel constitutivo da Cultura no sentido de que é através de seus sistemas simbólicos e da linguagem que a mente individual encontra sua realização e expressão e opera no sentido da construção dos significados que iluminam as condutas cotidianas.

Posto isso, é importante levantarmos alguns pontos de discussões. A morte é percebida de maneira igual por todas as culturas com influência cristã? Aspectos culturais locais ainda são levados em consideração nos ritos do morrer? Com base nisso, exploraremos agora como a morte é relacionada a um determinado povo, o mexicano, berço do personagem central deste trabalho.

4.2 O cenário mexicano

Como anteriormente abordamos neste trabalho, morrer é um acontecimento do ciclo natural de todo ser humano. Entretanto, a filosofia, a religião, as artes e os mitos cultivados e cultuados por cada povo modificam o modo de superar a angústia e o luto relacionados ao fim da vida, atuando como papel fundamental também na construção da cultura coletiva de toda uma sociedade (CAPUTO, 2008). É interessante abordar que o segundo dos itens supracitados, na grande maioria das vezes, não possui uma visão monocromática e intransponível; pelo contrário, ela puxa para si aspectos de sincretismo filosófico e religioso, em especial nas culturas da América Latina.

O Brasil é um país que se destaca nesse contexto religioso para tratar a morte. Apesar de sua população ser em sua grande maioria cristã (IBGE, 2010) – segundo o censo demográfico de 2010, 86,8% –, esta representa uma grande miscelânea de conceitos religiosos, como a africana, a espírita e até mesmo a cultura nativa dos povos indígenas (BATISTA apud SANCHIS, 2007). Ainda de acordo com Leonardo Boff (1981), o aspecto da religião é um mero detalhe nessa visão do sincretismo, estando ele presente como um dos principais formadores da própria cultura nacional.

Provavelmente, o caso que mais chama atenção em toda a América Latina é o que ocorre no México. Com uma riquíssima cultura indígena que ainda permanece presente nos dias atuais, apesar do longo processo de colonização espanhola e dizimação dos povos nativos entre os séculos XV e XIX, até hoje fortes elementos aborígenes estão presentes nas representações sociais mexicanas, inclusive na morte e no morrer. Os povos mesoamericanos, em especial os astecas e os maias, realizavam a festa dos mortos durante a colheita de suas plantações, que seguiam rigidamente seu próprio calendário agrícola antes da ocupação espanhola. Segundo

Villasenor e Concone (2012, p. 39), com sua chegada à América, em 1492, e a consequente implantação do catolicismo, o sincretismo religioso alimentou o modo como os indígenas tratavam o culto aos mortos, fortalecendo ainda mais sua crença de que a vida se alimentava da morte), se para os cristãos a morte “é a passagem para a vida eterna, para os astecas a morte era a maneira de participar das forças criadoras dos deuses”.

Apesar dos esforços dos colonizadores espanhóis, a festa foi apenas transferida para os dias de comemoração cristãos para os mortos, ou seja, os dois primeiros dias de novembro. Mesmo assim, até os dias de hoje a festa no México segue com características indianistas, em uma festa onde a “morte invade a vida e a vida invade a morte, como dois movimentos do mesmo evento” (Ibid., p. 40). Mesmo com algumas variações entre as regiões, a celebração quase sempre segue os mesmos ritos: o povo se diverte com a celebração, com oferendas de comidas, papel colorido e muita bebida alcoólica; muitas famílias vão aos cemitérios com cestas de piquenique, levando comida e bebida para o morto, já que durante a noite estes podem sair de seus túmulos e querer festejar como os vivos. Bandeirinhas de papel, caveiras feitas de açúcar com o nome de cada membro da família esculpidos em sua estrutura e muitas flores fazem parte da paisagem mexicana nos dias 01 e 02 de novembro. Durante os dias, os vivos se reúnem para cantar, beber e comemorar em nome dos mortos, seja nos altares das casas ou nos cemitérios, seja de forma satírica ou respeitosa, já que a morte nada mais é que uma parte inseparável da vida (Ibid.).

A figura cômica da morte possui dois grandes alicerces. Além do viés do sincretismo religioso, o trabalho desenvolvido no início do século XX pelo cartunista José Guadalupe Posada é de vital importância para o entendimento da satirização da morte em território mexicano. Pensador progressista, viu na reprodução das caveiras um espelho das atitudes que permeavam o dia-a-dia do povo mexicano, muitas vezes com críticas aos políticos confabulando com membros de baixa renda da sociedade daquele país, representando por meio de suas crônicas imagéticas as angústias do povo.

Aqui, é importante ressaltarmos que em seus mais de vinte mil desenhos tratando da morte, o artista apresentava rituais muito presentes no período medieval: tanto a representação do morrer como os rituais dançantes que rememoravam as danças macabras. Philippe Ariés (1977), destaca que a morte passou por diversas transformações culturais entre os séculos XIII e XVIII, quando os costumes ligados ao morrer se transformaram em tabu e a morte passou a ser obstruída da vida cotidiana das pessoas. Em especial, o período do século XV muito pode dialogar com a cultura mexicana aqui abordada, conhecido como o período macabro de representação da morte.

Em seu livro *O Homem Diante da Morte* (1989, p. 118-133), Ariés relata que as representações macabras da morte a partir do século XII se diferenciavam das *artes moriendi*, que eram iconografias relacionadas à morte com temas mais sutis; tais representações realçavam o corpo já sem vida, desde o início de seu estado de putrefação até às cinzas purificadas pelo fogo. Especialmente nas danças macabras representadas por Posada, esse ritual é muito detalhado nas obras medievais, sendo este um dos eventos inibidos pela transformação do século XVIII. Ariés destaca que a cerimônia tem como objetivo moral, principalmente, lembrar que os homens são todos iguais no momento da morte (p. 124):

A dança macabra é uma ronda sem fim, onde se alternam um morto e um vivo. Os mortos conduzem o jogo e são os únicos a dançar. Cada par é formado por uma múmia nua, putrefada, assexuada e muito animada, e por um homem ou uma mulher [...] A morte estende a mão para o vivo que vai arrastar, mas ainda não se submeteu. A arte reside no ritmo dos mortos e na paralisia dos vivos.

Este espírito da exposição do cadáver e satirização da morte está presente no imaginário mortuário mexicano também por outra razão: a santificação de uma ossada de grande estima pela cultura americana, a chamada Santa Muerte. Popularmente também chamada de Ossuda ou Magrela em países de língua hispana, a figura é mais um dos santos populares costumeiramente elevados à mártires locais pelas culturas latino-americanas, não reconhecidos oficialmente como milagreiros pelo Vaticano. Representando a própria morte e não um homem morto, é vista como a representação do Ceifador, a clássica visão de como seria a morte pela mente do povo. Na cultura mexicana, a mais provável origem seja uma releitura da deusa asteca da morte, Mictecacihuatl, originalmente apresentada como um ser humano com o crânio no lugar da cabeça. Seus devotos creem que a Ossuda os salva dos seus destinos após a morte, e suas imagens mais comuns a vestem de noiva ou de freira.

Entretanto, segundo Chesnut (2011, p. 206-07), a representação da Santa Muerte em território mexicano ainda é muito contestada, devido à sua forte ligação a criminosos e sua rejeição por parte da igreja Católica e de algumas de linha protestante. Sua devoção por mais de 200 anos, se deu de forma clandestina e privada, mesmo com as suspeitas de que políticos de grande escalão e membros da própria cúria romana participavam de seus rituais, hoje permeados por profissionais de terceiro escalão da economia daquele país, como donas de casa, motoristas de táxi e profissionais do sexo.

De todos os modos, fica claro que as representações da morte no México não são comuns aos costumes do que ainda sobrevive na cultura cristã dentro da Ocidente. Segundo Concone e Villasenor (2008, p. 42):

Todo o folclore da morte nos mostra que no México os mortos não se vão totalmente, seguem sendo, no imaginário popular, personagens vivos e presentes de uma outra maneira. Assim a consciência da morte para a cultura mexicana passa a ser um "amigo" não distante e fruto da consciência humana.

Posposto o tema da morte no México, podemos adentrar no detalhamento da morte no escopo das coberturas midiáticas, em especial com o mundo televisivo, que mais tarde dará a tonalidade do estudo de caso aqui proposto.

4.3 Na televisão

Antes de falarmos especificamente sobre o tratamento dado à morte nos *media*, é importante entender como funciona a construção das notícias e sua possível espetacularização dentro do processo jornalístico. Inicialmente, é preciso compreender as estruturas que fomentam, nos períodos atuais, o mecanismo que constrói as mídias, mais especificamente o caso da televisão.

A invenção da televisão, antes de mais nada, proporcionou grande mudança na produção e na recepção de informações ao longo do século XX e até mesmo ao longo do presente século. Hoje, a comunicação de massa se configura como um dos principais configuradores do cotidiano da vida social, seja fornecendo informações, fomentando os interesses comuns ou criando solidariedades sociais (GONÇALVES, 2012). Consequentemente, os conteúdos atendem a interesses de diversas atuantes que tomam a carga ideológica de que compartilham os *media*, sejam elas políticas, econômicas, ideológicas ou religiosas (CANAVILHAS, 2007).

Para atender essas demandas sem deixar de dialogar com a sua filosofia de programação, o processo informativo visto na televisão dialoga nos dias atuais com algumas regras que são aplicáveis ao jornalismo, entre elas a mediação, que conforme dito acima, pode ser de origem ideológica, ou até mesmo pelo *modus operandi* de cada meio de comunicação, além dos critérios de noticiabilidade. Especificamente neste último caso, Canavilhas (2007, p. 3-4) classifica que “independentemente das exigências da mediação, existe um conjunto de critérios de seleção de acontecimentos, isto é, uma escala de valores que permite analisar o grau de possibilidade de um acontecimento se transformar em notícia.” Deste modo, podemos entender

que os critérios de noticiabilidade, teoricamente, são desvinculados das mediações específicas de cada grupo, e assim, ocorre o que se pode chamar de “standardização do processo produtivo”.

Com o avanço tecnológico, a televisão entrou num forte movimento de modernização, aniquilando as distâncias e apostando na velocidade como um aliado na melhor formação de seu conteúdo. Diferenciando-se das instituições clássicas da sociedade, o meio televisivo tirou – e ainda tira – tudo o que pode da evolução técnica imparável da sociedade capitalista, sendo provavelmente o principal paladino do que hoje conhecemos como globalização (CANAVILHAS, 2007, p. 8). Conforme relata Gonçalves (2012, p. 271):

[...] a velocidade está presente em diferentes meios e modos: na alta velocidade das trocas de informação, no encolhimento dos percursos geográficos, na confecção de instrumentos técnicos, na produção, distribuição e consumo de bens e serviços, na obsolescência crescente dos objetos de uso cotidiano, bem como na rotatividade e formação permanente da mão de obra. Máquinas e pessoas funcionam com rapidez. Não mais o isto ou aquilo, mas isto e aquilo – superposição de si mesmo em unidades de tempo [...].

Podemos, então, entender que a linguagem televisiva atual aliada à velocidade diminuiu de modo mais que considerável as distâncias espaço-temporais dentro das transmissões comunicativas. Canavilhas (2007) lembra que os satélites foram fundamentais para o crescente poderio midiático, levando o espectador a uma certa acomodação no recebimento das informações através da televisão devido aos crescentes shows midiáticos produzidos pela cobertura sem limites físicos criada pelos produtores de conteúdo modernos. Concatenada a esta forma de pensamento, a televisão assume a importância de determinados elementos sociais como forma de composição de seu processo informativo e jornalístico. A morte é, indubitavelmente, um destes principais tópicos, pois juntamente com a violência compõe o seleto rol de assuntos que chama a atenção do público e destaque garantido na cena midiática audiovisual, seja em filmes, jornais e telenovelas (NEGRINI, 2010).

Entretanto, com o passar dos anos, os ritos do morrer tornaram-se, em muitas oportunidades, aliados à espetacularização da notícia e dos fatos, em um processo onde sua exposição exacerbada buscava induzir o espectador a vislumbrar o que via como o fato jornalístico em sua essência (NEGRINI, 2010, p.3). Segundo Requena (1988 apud Ibid., p. 4), inúmeras atividades podem representar um espetáculo, seja ele uma missa, uma peça teatral ou um programa televisivo, e que todas elas contemplam uma atividade e o sujeito que a recebe. “A dialética entre esses dois elementos se materializa na forma de uma relação espetacular,

como a interação que surge entre a relação de um espectador e de uma exibição que lhe é oferecida”. Assim, o telejornalismo e até mesmo a programação do entretenimento das emissoras decide usar certa dose de espetacularização para seduzir o espectador; no caso da morte, “torná-la espetacular é deixá-la mais urgente e fascinante” (REQUENA, 1988 apud NEGRINI, 2010, p. 4).

Barbosa (apud NEGRINI, 2010, p. 5) constata que são as grandes mortes que merecem cerimônias televisivas, permeadas pelo espetáculo midiático da exposição de imagens de arquivos, quando o morto estava em seu auge, buscando cultuar e manter sua memória viva perante o público, com plenas características de herói. Da mesma linha de raciocínio compartilha Maurice Mouillaud (2002, p. 349-50), que define que a morte contemplada na mídia tem diversos vieses, como a morte de serviço e a morte por acidente. Entretanto, quando ocorre a chamada Grande Morte, ou seja, a morte daquele que se vale “por seu próprio nome”, os *media* reagem de modo completamente diferente, por sua qualidade valer mais que a quantidade de outro mortos:

[...] os Grandes Mortos montam uma cadeia na mídia; eles captam a informação, o tempo de um número e, em seguida, o fluxo da informação levam; [...] apenas ele tem, na mídia, direito a um cerimonial, um conjunto de formas rituais [...]. Reconhece-se um grande morto na medida em que tende a ser único: a informação única; na primeira página, ele apaga todas as demais informações. A Grande Morte da mídia é uma morte instantânea, irrompe como um golpe que ninguém preparou.

Com isso, podemos afirmar que cada morto tem sua representação na mídia e, seguindo seus padrões, tem direito a receber determinado rito e atenção. O morto famoso, por sua vez, pode acabar tomando a proporção de mito ou até mesmo de herói por influência direta desta relação entre o morrer e a mídia. Não são poucos os casos de falecimentos que ocorreram no auge do estrelato de muitas destas celebridades e que, por consequência, receberam ampla cobertura midiática; podemos citar, entre infinitos exemplos, o presidente estadunidense John Kennedy, o missionário Martin Luther King, a princesa Grace de Mônaco, o músico John Lennon, o político Tancredo Neves, o piloto Ayrton Senna e os jovens do Mamonas Assassinas. Deste modo, alcançam o status quo de célebres e até mesmo de imortais, conforme relata Gonçalves (2012, p. 277):

A vida do homem contemporâneo está repleta de mitos semiesquecidos, prontos a ressurgirem. Os mitos podem, contemporaneamente, se materializar através da criação de ídolos, em sua maioria projetados pelos *media*, seres

excepcionais destinados à imortalidade, futuros Deuses onde podemos localizar os heróis, semideuses, nascidos de um(a) mortal com um(a) deus(a) e que estão na esfera do mito.

Neste ponto, é deveras relevante relatarmos que a exposição e a edificação da imagem do morto ainda em vida na mídia é muito importante para seu tratamento por ela nos momentos que sucedem sua morte, podendo até ser constatado que a televisão é a principal produtora de sentido dos mitos contemporâneos. Assim, também é importante constatar que todo o motim feito pelos *media* em torno das Grandes Mortes nada mais é do que a manutenção do tabu construído a partir do século XVIII e aqui já explicitado; diversos autores (RODRIGUES, 1992; FAUSTO NETO, 1991 apud NEGRINI, 2010) corroboram deste ponto, afirmando que a superexposição do morrer nada mais que do que a continuidade e fortalecimento de sua negação, e que a espetacularização deste caminho natural pode muito bem não mostra-lo (SOUZA, 2007).

A cobertura da morte feita pelas mídias levantam uma discussão: a encenação midiática da morte traz à tona enfoques biográficos do defunto de modo a manter sua memória coletiva mais viva que a própria lembrança individual. Conforme relatam Herschmann e Rondelli (2000, p. 204):

Tais narrativas sugerem um ‘enquadramento da memória’, a inserção de uma trajetória de vida particular na memória coletiva, e se oferecem como um recurso estratégico e, por vezes, didático, para se proceder à reconstrução de alguns momentos da história nacional e/ou coletiva que tenta arrebatar o público, sobretudo pelo impacto emocional causado pela morte de um personagem público definido, inserindo, desta forma, este público num certo momento da história. [...] Poder-se-ia afirmar que a morte espetacularizada vem contribuir – ao lado do cardápio diário de informações biográficas oferecidas pela mídia e pela produção cultural mais ampla – de maneira fundamental no abastecimento de sentidos e significados à realidade social.

Ainda de acordo com as autoras supracitadas, os recortes biográficos explorados pela cobertura televisiva muitas vezes dialogam tanto com a morte como com a vida, adotando tons emocionados através de elementos audiovisuais relembrando os dois extremos da passagem do ser humano pelo mundo. No caso do morto ser, assim como Roberto Bolaños, um homem das artes, que em vida produziu diversas obras, estes são “apropriados de modo a se mesclarem com as explicações concebidas sobre sua própria trajetória de vida, explicando-se mutuamente e buscando dar alguma densidade ou poesia ao relato” (2003, p. 205). Além disso, o impacto sociocultural que a morte de determinado personagem social causa pode causar o que é

chamado de “‘suspensão do tempo’, como se tudo parasse para acompanhar a ‘morte em cena’. [...] ‘biografias fúnebres’ não só ‘suspendem o tempo’, como fazem voltar o tempo, produzindo um enquadramento da memória, do passado” (2003, p. 206).

Sendo assim, neste breve relato estando explicitados os percursos midiáticos assumidos na cobertura televisiva dos célebres, partamos ao ponto nevrálgico deste trabalho: o detalhamento da morte do ator e comediante mexicano Chespirito.

4.4 A morte de Roberto Gómez Bolaños.

Roberto Bolaños nunca foi um homem que teve sua vida privada muito exposta perante a mídia. Com o fim do Programa Chespirito em 1995 (BOLAÑOS, 2006, p. 245), o ator se distanciou de vez das câmeras e da televisão, se dedicando principalmente a dirigir e atuar em peças teatrais, como o premiado *11 y 12*, sucesso de público e crítica ao lado de sua colega de trabalho e esposa Florinda Meza García (“11 y 12”..., 2014). Com isso, Chespirito viria a aparecer em programas de televisão com pouquíssima intensidade, muitas vezes para longas entrevistas ou para homenagens ao seu trabalho.

Com o afastamento das câmeras, Bolaños se perpetuou como mito da televisão, mas também foi alvo de diversos boatos acerca de saúde conhecidamente frágil. O primeiro *hoax*¹¹ que se tem notícia acerca dessa temática envolvendo o ator, na verdade, envolvia todo o elenco de *Chaves*: no princípio da década de 1990, um boato que afirmava que todos os atores haviam falecido em um acidente de avião, sem local nem data divulgados, se espalhou no Brasil. A informação não procederia de todos os modos, pois Carlos Villagrán e Ramón Valdez já não faziam parte do grupo nessa época, sendo que o segundo já havia falecido em 1988 (GOTHZ, 2009).

Com a pouca divulgação no país da homenagem que Chespirito recebeu em 1º de abril de 2000 e transmitida por mais de dezesseis horas no *Canal de las Estrellas* (PORTUGUÉS; PORTUGUÉS, [20-?]), o povo brasileiro continuou sem saber se os comediantes estavam vivos até o ano de 2001, quando a televisão nacional começou a pesquisar e saber mais sobre o elenco de *Chaves* e *Chapolin Colorado* e, curiosamente, não foi o SBT quem deu este primeiro passo. Em 11 de abril de 2001, foi ao ar dentro do programa *A Casa é Sua*, da RedeTV!, apresentado pela jornalista Sônia Abrão, uma entrevista do repórter Sérgio Frias com o criador das séries, Roberto Gómez Bolaños. No decorrer da entrevista, o jornalista faz um questionamento sobre

¹¹ Palavra em inglês que significa, em sua forma literal, trote (COLLINS, 2009, p. 123). Na internet, tornou-se comum para designar um boato ou notícia falsa.

quais integrantes da trupe de atores já haviam falecido, que é seguido da resposta de Bolaños: “Morreu Ramón Valdez, Seu Madruga, a Bruxa do 71, um que entrou depois, Jaiminho, o Carteiro, Raul Padilla, e meu irmão que fazia a escolinha, o Godinez” (BOLAÑOS, 2001)¹².

Com o advento da internet entrando fortemente no Brasil e com a criação de inúmeros websites e fóruns que reuniam os fãs do trabalho de Roberto Bolaños, as informações acerca de suas obras e de seus companheiros de trabalho passaram a se tornar mais precisas e frequentes. Mesmo assim, o boato de sua morte se espalhou diversas vezes na internet na década passada, conforme afirma Travensolli (2014):

Roberto Gómez Bolaños, ator que interpretou Chaves, já morreu pelo menos umas cinco vezes. Desde 2008 ele vem sendo alvo de imensos ataques e, dentre outras causas, morreu de infarto e de câncer. A última “morte” do ator foi em Abril de 2013. [...] Outro caso aconteceu em Janeiro de 2012. Na época, a repercussão foi tão grande, que o portal R7, foi atrás da assessoria de Bolaños pra saber do estado de saúde do ator. Em 2012, o SBT também foi obrigado a se pronunciar afirmando que o ator estava vivo.

Já era de conhecimento do grande público que a saúde de Chespirito não era das melhores desde o fim da primeira década deste século, quando passou a morar em Cancún, litoral ao sudoeste extremo do México, por conta de problemas respiratórios causados pela altitude elevada da capital daquele país - cerca de 2.600m -, da poluição da metrópole e pelas doenças pulmonares provocadas pelo tabagismo do ator durante certo período de sua vida (ESTADO..., 2014).

Durante a homenagem *América Celebra a Chespirito*, exibido pelo Canal de Las Estrellas às 21 horas de 29 de fevereiro de 2012, o ator permaneceu a todo momento no palco com um tanque de oxigênio devido às dificuldades respiratórias que a Cidade do México o ofereciam a seu sensível estado de saúde. Como havia se sentido mal na hora do almoço aquele dia, a produção decidiu retirá-lo do auditório como forma de preservar sua saúde, deixando assustados a todos que acompanhavam a cerimônia. Dois dias depois, porém, Bolaños já estava em sua casa em Cancún sem grandes consequências (PORTUGUÉS; PORTUGUÉS, 2012).

Com a sequência dos boatos ao redor de sua morte ao longo dos anos, o ator se manifestou pela última vez sobre esse caso em sua conta do microblog Twitter, no dia 2 de maio de 2014, em resposta a um tweet de seu filho e diretor-geral da Televisa, Roberto Gómez Fernández. Com mais uma informação falsa circulando na internet, Fernández escreveu na rede

¹² Até abril de 2001, apenas quatro atores do elenco original haviam falecido. Ramón Valdez faleceu em agosto de 1988; Raul “Chato” Padilla e Angelines Fernández faleceram em fevereiro e março de 1994, respectivamente; e em novembro de 1999 falecia Horácio Gómez, irmão de Chespirito (KASCHNER, 2006).

“Meu pai está bem de saúde, tranquilo ao nível do mar. Obrigado por perguntar” (FERNÁNDEZ, 2012). Quinze minutos mais tarde, o ator respondia ao filho: “Não só estou tranquilo, como estou feliz com Gra, minha filha mais velha, que está de visita aqui em casa. A amo: Chespirito” (BOLAÑOS, 2012a). Em nota, o Grupo Chespirito havia informado no mesmo dia que sua saúde era estável, porém com algumas recaídas, “algo normal para uma pessoa de 85 anos”, e que os médicos de Cancún estavam preparados para qualquer emergência (ESTADO..., 2014). Posteriores cinco dias, Chespirito respondeu a uma fã que o perguntou se estava vivo, dizendo: “vivo e bonito, que ainda é o mais difícil” (BOLAÑOS, 2012b).

Desde lá, Bolaños ficou recluso em sua casa com a esposa Florinda Meza García em Cancún até o dia de seu falecimento, ocorrido em 28 de novembro de 2015, quando padeceu às 13h15 horário local rodeado por familiares. Mesmo a *causa mortis* divulgada aos meios de comunicação tenha sido um infarto, foi reconhecido por seus entes mais próximos que seu falecimento foi uma consequência de outros problemas de saúde que culminaram na parada do coração.

Pouco mais de uma hora e meia após sua morte, mais exatamente às 14h37, a confirmação oficial foi dada ao mundo em primeira mão pelos canais do Grupo Televisa. No Brasil, a primeira emissora a noticiar seu falecimento foi o SBT, que no momento exibia, coincidentemente, episódios da série Chaves, por volta de 19h. A partir daí, houve uma avalanche de informações e boletins em sites e emissoras de televisão do mundo inteiro noticiando o falecimento do ator (VEJA..., 2014).

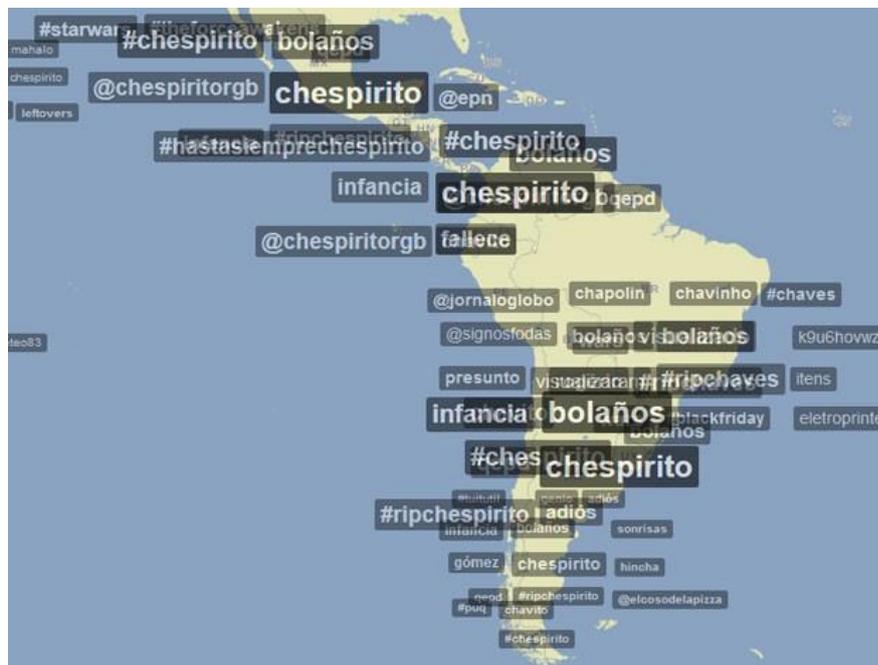
Ainda no caso do Brasil, todas as principais emissoras de televisão noticiaram em seus telejornais noturnos o falecimento do ator, incluindo a TV Globo, que dedicou cerca de um minuto do seu Jornal Nacional para dar a informação sobre a morte de Bolaños, com direito a um link ao vivo direto de Nova Iorque com o repórter Jorge Pontual (MORRE..., 2014). O SBT foi a emissora que mais deu destaque ao acontecimento, mas isto será relatado de forma mais detalhada ao longo deste trabalho.

Pouco menos de uma hora após sua morte, Chespirito era o assunto mais comentado no Twitter em todo o mundo, com o principal foco de mensagens partindo da América e da Europa, mas com número considerável também de mensagens oriundas da África e da Ásia. Às 15h40 horário do México, mais de 370 mil citações ao comediante haviam sido feitas na rede social. Dentre as declarações, estavam a de celebridades do mundo artístico e de figuras influentes na cultura mexicana. Todos os atores que contracenaram com Bolaños que possuíam conta no Twitter se manifestaram, dentre eles Edgar Vivar, Rubén Aguirre e Maria Antonieta de Las Nieves. O presidente do México, Enrique Peña Nieto, escreveu: “Lamento profundamente o

falecimento de Don Roberto Gómez Bolaños, ‘Chespirito’. Minhas condolências à sua família. O México perdeu um ícone, cujo trabalho transcendeu gerações e fronteiras” (VEJA..., 2014).

O Facebook também registrou diversas manifestações que receberam grande repercussão, como o post compartilhado pelo perfil oficial da Rede Globo em homenagem ao ator (e posteriormente comentada pela conta verificada do SBT) (REDE GLOBO, 2014) e o compartilhamento de uma imagem criada por um fã pela página oficial da DC Comics, onde super-heróis carregam um caixão avermelhado com o coração amarelo com as letras CH, uma alusão a uma possível reverência dos heróis americanos ao Chapolin Colorado (MORTE..., 2014).

Imagem 2 - Incidência dos assuntos mais comentados no Twitter nas Américas Central e do Sul em 28/11/2014



Fonte: Trendmaps / G1.

Como já dito, Roberto Bolaños foi era um homem que concedia poucas entrevistas, mas quando o fazia, sempre abordava temas dos mais variados. Ao decorrer destas conversas, abordou o tema da morte e conseqüentemente da religião por algumas vezes, respondendo questionamentos sobre o que havia aprendido da vida e se havia alguma existência pós-morte. Em uma destas entrevistas, deu uma das declarações mais enfáticas acerca do assunto, relatando que era “mais cristão que católico”, e que muito provavelmente deva existir um estado de “transcendência” (BOLAÑOS, [200-]):

O que há depois da morte? [...] Eu creio que há uma existência, uma transcendência. Tenho uma teoria muito particular: eu acredito que a morte acontece para toda a humanidade no mesmo momento. Vou explicar: creio que morrer é sair do tempo e do espaço. Então, quando uma pessoa morre agora estarão morrendo minha mãe, que morreu em 1968, ou meus tataranetos que morrerão em 2010. Acontece uma transcendência que é inútil tentar entender, é outra dimensão. É uma integração a um ser supremo muito, muito superior, que é impossível analisar ou descrever.

Como já observamos, a morte tem aspectos misteriosos até os dias de hoje, muito influenciados pelo contexto sociocultural em que determinado povo está inserido. No caso de Bolaños, inserido na conjuntura mexicana, muitos aspectos do cristianismo ficam claros em suas ideias, em especial a ideia da ressurreição. Do mesmo modo que Ariés (1977, p. 104) destaca que tal fundamento ficou enfraquecido pela lógica cética do cientificismo em especial durante o século XVIII, também corrobora da ideia de que todas as principais religiões do cristianismo alimentam em suas pedras fundamentais que seu salvador, no caso Jesus Cristo, renasceu dos mortos após um breve período de experiência mortuária. Do mesmo modo que Caputo (2008, p. 75) informa que, desde os tempos antigos:

Para a civilização cristã e para boa parte dos judeus (aqueles que acreditam na ressurreição) a morte era vista como passagem para outra dimensão, a transposição ao eterno sofrimento e expiação (inferno), ou o acesso ao eterno gozo, reservado aos bem-aventurados (o paraíso). A morte para os cristãos era um estágio intermediário, um sono profundo do qual acordariam no dia da ressurreição, quando as almas voltariam a habitar os corpos. É devido a essa crença que os cristãos há muito tempo enterram os corpos dos defuntos com grande escrúpulo.

Tal esmero e cuidado dos ritos cristãos também tem presença marcante em todos os cerimoniais que envolvem a morte de Chespirito. Inicialmente, o corpo de Roberto Bolaños foi embalsamado na funerária Jardins de Paz, retornando próximo às 21h para ser velado em sua casa em Cancún para a família, em cerimônia restrita (FAMILIARES..., 2014). No sábado pela manhã, às 9h, o corpo foi escoltado juntamente com os carros que levavam seus familiares até o Aeroporto Internacional daquela cidade, chegando às 11h15 ao aeroporto de Toluca, a 70 km da capital mexicana, quando novamente foi escoltado até o centro de produções San Ángel, de propriedade da Televisa. No período da tarde, o espaço conhecido como Plaza de Las Estrellas foi preparado para acomodar centenas de convidados e familiares em uma cerimônia restrita que aconteceria à noite (CORPO..., 2014b).

Ainda durante o período vespertino, América e Pumas de UNAM se enfrentaram no Estádio Azteca pela semifinal do Torneo Apertura (equivalente a uma temporada do Campeonato Mexicano), com vitória daquela equipe por 1 a 0. Antes da partida, os jogadores do América entraram em campo com camisetas brancas estampadas na frente com os rostos de Chaves, Chapolin e Chómpiras, e atrás enumeradas com 8 e com o nome Chespirito. Antes da partida, houve o respeito de um minuto de silêncio dos torcedores presentes no estádio, e no minuto oito – relacionado ao nome do personagem *El Chavo del Ocho* – imagens de sua carreira foram exibidas no telão do estádio. É importante destacar que Bolaños era fanático torcedor do América, tendo inclusive feito os filmes da saga *El Chanfle* com estrita ligação com time da capital mexicana e com o estádio em questão, que no dia anterior foi anunciado como sede de seu funeral público (AMÉRICA..., 2014).

Às 20h15, o corpo do comediante chegou à sede de San Ángel para a missa de corpo presente organizada pelo presidente da Televisa, Emílio Azcárraga Jean, e por executivos do canal. O local, que originalmente é uma cidade cenográfica, estava tomado por um tapete vermelho, centenas de cadeiras e um altar, encenando o que seria uma capela. Neste palco, dois painéis com uma foto de Bolaños ladeavam uma enorme cruz, posicionada atrás do balcão onde um líder católico realizava a missa. Nas laterais da praça, dois telões exibiam fotos e vídeos dos programas de Chespirito, em um espetáculo de luzes e câmeras feitos especialmente para a transmissão de parte da cerimônia pelos canais pertencentes ao grupo Televisa (AMIGOS..., 2014).

Imagem 3 -Visão geral da capela improvisada pela Televisa nos estúdios de Sán Ángel



Fonte: Reprodução/Televisa.

Imagem 4 - Incursão ao vivo dentro do programa "Sabadazo", do Canal de Las Estrellas



Fonte: Reprodução/Televisa.

A missa foi composta de momentos emocionados, como a entrada no salão muito aplaudida do caixão de Bolaños segurado no ombro por seis homens e a oração do Pai Nosso feita pela viúva Florinda Meza e pelos seis filhos de Chespirito de mãos dadas no palco. Na abertura da cerimônia, o presidente da Televisa, Emílio Azcárraga Jean, disse: “A Roberto devemos todos, sem exceção, um sorriso, um momento de alegria, que conseguiram unir as famílias em cada programa. Obrigado Roberto, nunca vou deixar de dizer obrigado” (SAIBA..., 2014).

No domingo, os fãs iniciaram a aglomeração em torno do Estádio Azteca logo cedo, portando rosas brancas e muitos vestidos como os personagens de Roberto Bolaños. Por volta das 11h10, o caixão contendo os restos de Bolaños foi levado ao carro que o transportaria até o centro esportivo, onde eram esperadas milhares de pessoas. Às 11h30, o veículo deixou a sede da Televisa San Ángel em um trajeto de 14 km, passando pelas principais ruas e avenidas da Cidade do México. Em um grande cortejo escoltado por motocicletas da polícia local, Florinda Meza seguia de perto o corpo do marido, e com a janela de seu carro aberta, agradecia aos fãs e acenava para as câmeras de televisão que acompanhavam a carreta (FAMÍLIA..., 2014).

O carro que transportou Chespirito até o estádio não era um rabeção qualquer: atrás dele foi ancorada uma espécie de plataforma, onde o caixão foi posto para a exibição pública envolto a um féretro de vidro blindado. Arranjos de flores, um tapete vermelho e grandes estátuas dos personagens

Chaves e Chapolin Colorado, acompanhados respectivamente por um barril e um grande coração com as letras CH, deram a tônica do que seria a homenagem programada pela Televisa. O carro percorreu a distância mantendo a velocidade de 30 km/h, levando cerca de uma hora e meia para chegar e adentrar ao estádio. No caminho, mesmo com as faixas interditadas, inúmeros fãs de aglomeravam nas ruas e no alto de viadutos para gritar e aplaudir o comediante (CORPO..., 2014a).

Dentre os principais elementos que fazem parte do cerimonial da morte, o cortejo tornou-se o centro das atenções a partir do século XIII, quando os rumos culturais da morte se cambiaram para o que se observou durante o período renascentista dentro da Idade Média. Segundo Ariés (1977, p. 177), a procissão tornou-se “a imagem simbólica da morte e dos funerais”, substituindo o papel que era dado à descida do ataúde para o sepulcro por um momento onde familiares e amigos acompanham o corpo até o local de sepultamento, onde as honrarias prestadas transpassam o sentimento de saudade. Já Mouillaud (2002, p. 355) destaca que a figura pública e seu funeral midiático “só existe com seu cortejo, esta cauda que o segue não é seu suplemento, é seu corpo; é a cabeça da multidão”, sendo que a procissão o leva “a nenhum lugar, na realidade, que não seja sua própria história”.

Imagem 5 - Carro aberto levou Chespirito ao estádio Azteca



Fonte: Twitter/Fórum Chaves

Enquanto isso, os últimos preparativos no centro esportivo eram realizados, como a estrutura montada para a família e o coral de crianças travestidas de Chaves e Chapolin Colorado, que cantariam a canção “*Gracias por siempre, Chespirito*”. Com arranjo mais lento e suave, podendo até ser classificado como lúdico, foi criada especialmente para as transmissões

dos funerais entre os dias 29 e 30 de novembro. Destarte, as emissoras do grupo utilizavam-se a todo momento de vinhetas gráficas com a expressão, por vezes variando para “Chespirito: gracias por siempre”. Tal assunto será abordado mais adiante neste trabalho.

Por volta das 13h, o carro adentrou no campo e deu uma volta completa no estádio com crianças o rodeando e cantando, para apreciação dos cerca de 40 mil fãs que gratuitamente acompanharam a cerimônia. Na sequência, a urna mortuária foi levada ao centro do estádio, onde uma grande estrutura foi montada para a segunda missa de corpo presente do comediante mexicano. Durante mais de uma hora, o caixão ficou exposto sem cerimônias religiosas, enquanto as pessoas ainda entravam no estádio e passavam pela urna no centro do campo. Neste período, as flores brancas começaram a ser depositadas no campo do Azteca, sendo Florinda Meza a primeira a levar um crisântemo ao local, seguida pelos seis filhos de Bolaños (EMOÇÃO..., 2014).

Às 14h40 começou a cerimônia religiosa. O sacerdote Diego Monroy, capelão da igreja de San Juan Diego, comandou a missa por cerca de uma hora, onde fez citações da Bíblia, dedicou palavras de apoio à família e agradeceu a Chespirito por todos os bons momentos que havia transmitido ao público durante mais de 40 anos de trabalho na televisão mexicana, enquanto o tenor José Luis Duval interpretava cânticos religiosos e membros de sua família executavam as leituras da homilia (HOMENAJE..., 2014). É válido ressaltar que a fé sempre foi um dos principais alicerces na vida de Roberto Gómez Bolaños: o ator era católico – apesar de preferir se denominar como cristão – e chegou a estrelar campanhas contra o aborto em território mexicano (CHESPIRITO..., 2007).

Após a missa, o sacerdote benzeu o caixão enquanto todos observavam em silêncio. Na sequência, enquanto estas soltavam pombas brancas, um coral formado por crianças do Centro de Educação Artística Televisa e do Coro Nacional de México entoavam novamente a canção supracitada. Em seguida, o grupo Mariachi Gama 1000 interpretavam a canção popular *Las Golondrinas*, interpretada no México em momentos de adeus a entes queridos. Seis seguranças rodearam o estádio por nove minutos carregando o caixão em seus ombros, enquanto as pessoas aplaudiam e jogavam flores na direção do corpo. Perto das 16h, a urna foi colocada no carro fúnebre e levada novamente ao complexo da Televisa San Ángel (HOMENAJE..., 2014).

A estrutura montada no estádio foi minuciosamente montada pensando na acomodação dos familiares de Bolaños e na passagem do público próximo ao caixão, posicionado exatamente no centro do Azteca, sendo que tapetes vermelhos foram estendidos até as extremidades do campo, onde existem portões que levam da arquibancada para o gramado. A família ficou acomodada em cadeiras próximas ao balcão onde foi realizada a missa, estando

em sua maioria vestida com camisetas vermelhas com o coração amarelo e as letras CH, com a frase Gracias Por Siempre.

Imagem 6 - Visão parcial do Azteca pouco antes da chegada do corpo de Chespirito



Fonte: Televisa.

Na segunda-feira, 1º de dezembro, pouco depois das 11h, o corpo do ator deixou definitivamente o complexo da Televisa San Ángel rumo ao cemitério Panteón Francés de La Piedad, localizado no centro da capital do México. Desde a noite de domingo, estratégias foram tramadas entre a Televisa e a segurança do local para evitar a infiltração de curiosos durante o enterro, que originalmente deveria ser fechada à família, amigos próximos e alguns membros da imprensa. Trajados com roupas e acessórios pretos, os presentes diziam palavras carregadas de emoção para se despedir de Chespirito. Durante o enterro, foram entoadas algumas das canções popularizadas pelo comediante em seu programa, como “Que Bonita Vencidad”, enquanto do lado de fora os fãs também entoavam canções e rezavam para Bolaños, enquanto aguardavam para poder entrar no Panteón Francés. Pouco depois das 12h30, o caixão já havia sido baixado à sepultura e os familiares prestavam suas últimas homenagens, como o depósito de flores brancas na cova e orações dirigidas ao comediante, e às 14h, foi liberada a entrada do público para ver a sepultura (AMEZCUA, 2014; CORPO..., 2014b).

Imagem 7 - Caixão de Chespirito no Panteón Francés



Fonte: El Universal (2014).

É importante destacar que um importante dado observado por Ariés (1977) do período medieval não se aplica ao que foi observado nos três dias de funerais de Roberto Gómez Bolaños. O estudo relata que, naquele contexto, a morte se expressava como um momento onde a família entrega o morto à Igreja “a partir de seu último suspiro”, com a realização de missas clericais que seriam seguidas pelo cortejo. Na realidade, o que foi visto durante os três dias que percorreram os funerais de Chespirito não foram ritos propriamente eclesiásticos, apesar das missas, sacerdotes e símbolos cristãos ali presentes. A incursão religiosa dentro do que se pode observar foi muito mais simbólica – em razão da cristandade manifestada pelo defunto ainda em vida – que determinante para os eventos transmitidos pelos canais da Televisa para todo o mundo. A observação se deve, principalmente, pelos cerimoniais terem sido guiados muito mais pelos padrões regidos pelo espetáculo televisivo que pelos padrões religiosos comumente observados nos velórios cristãos.

5 CAPÍTULO METODOLÓGICO: ESTUDO DE CASO

Postos aqui os embasamentos fundamentais para a realização e entendimento desta monografia, chega o momento da realização do estudo de caso proposto no capítulo I. Desta maneira, pretende-se analisar a cobertura da morte de Chespirito em dois canais televisivos, inseridos em linhas editoriais e contextos socioculturais singulares, mas não essencialmente antagônicos: o FOROtv, emissora essencialmente noticiosa atuante no México e pertencente ao grupo Televisa, onde Chespirito trilhou anos de sucesso em sua carreira; e o SBT, fundado em 1981 e que exhibe as séries do comediante há 31 anos em território brasileiro.

O estudo de caso é um método de pesquisa muito utilizado no campo das ciências sociais, especialmente na Enfermagem, Psicologia e na Sociologia. Segundo Robert Yin (2010, p. 24), a principal função deste procedimento é compreender as características “holísticas e significativas dos eventos da vida real”, em especial aqueles que envolvem os fenômenos sociais de natureza implexa. Deste modo, o objeto a ser estudado está sujeito a enfrentar diversas variáveis que vão além da proposta original disposta em seu projeto de pesquisa. Schramm (1971 apud YIN, 2010) assume que a principal função do estudo de caso é tentar “iluminar uma decisão ou um conjunto de decisões: por que elas são tomadas, como elas são implementadas e com que resultado”. Colocados os primeiros tijolos na construção do que vem a ser o caso de estudo, vamos às suas considerações seguintes, já conectadas com o que se buscará nesta pesquisa específica.

Segundo Yin (2010) os estudos de caso tem três principais funções: pode ele ser de natureza exploratória, descritiva ou até mesmo explanatória. A definição de qual é o manejo mais adequado deve responder a três questionamentos principais: o primeiro diz respeito ao tipo de questão que será proposta; o segundo deve considerar qual o manejo real que o pesquisador tem dos comportamentos reais presentes no objeto de seu estudo; e, por fim, o terceiro deve responder sobre qual é o enfoque dos eventos contemporâneos frente aos eventos históricos propostos durante o estudo-piloto da pesquisa.

De início, devemos responder sobre o tipo da questão proposta e que servirá de alento para guiar este estudo. O questionamento principal de um estudo de caso deve abarcar, na maior parte dos casos, uma das seguintes expressões: “o que”, “como”, “onde”, “por que” ou “quem”. No caso do estudo aqui proposto, usaremos o segundo item destes supra escritos, levantando o seguinte questionamento: como a morte do ator, diretor e comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños foi tratada pelo FOROtv e pelo SBT? Ou ainda: como se deu a cobertura da morte dele por estes canais?

Yin (2010, p. 30) destaca que o uso das expressões “como” e “por que” em qualquer método de pesquisa imprimem características mais explanatórias ao estudo proposto, sendo então preferidas as escolhas entre o estudo de caso às pesquisas históricas e experimentações. Tais métodos são os mais escolhidos por essas expressões representarem “vínculos operacionais que precisam ser traçados ao longo do tempo, mais do que meras frequências ou incidências”. A posição descrita muito dialoga com o embasamento deste trabalho, pois coberturas jornalísticas possuem muito mais influências do que o mero entendimento popular de que é a lógica de mercado adotado pelos grandes meios de comunicação que comanda o que vai ou não ao ar: a questão cultural é muito presente neste caso, assim como já se fez claro ao longo deste trabalho monográfico.

Quanto à segunda indagação, a resposta se dá por meio de como as informações são manipuladas para cada um dos métodos de pesquisa mais usados com os questionamentos “como” e “por que”. Yin (2010, p. 32) destaca que na pesquisa histórica não há a possibilidade do acesso e do controle das informações a serem estudadas. Já as experimentações acontecem quando pode ocorrer um manejo completo do objeto de estudo, podendo haver incisões diretas, precisas e sistemáticas a fim de se chegar ao resultado proposto ou à sua contraprova. O estudo de caso permanece entre os dois métodos: é o favorito dos pesquisadores no estudo dos eventos contemporâneos onde os “comportamentos relevantes não podem ser manipulados”. Mesmo tendo a mesma essência da pesquisa histórica, há o adendo de que podem ocorrer observações diretas ou participantes das unidades de análise, podendo ocorrer certa “manipulação informal [...] beneficiando-se do desenvolvimento anterior das proposições teóricas para orientar a coleta e a análise de dados” (YIN, 2010, p. 32).

Sobre a seleção do material a ser analisada ser escolhida de forma aleatória e conveniente, é importante destacarmos que as escolhas de materiais a serem avaliados dialogam com a praticidade e objetividade que devem conter um estudo de caso. Priest (2010, p. 211) afirma que para uma boa apresentação de dados, não são necessários “dezenas de exemplos de determinados temas ou descobertas, mas de dois ou três exemplos fortes”. Deste modo, o leitor poderá compartilhar com o próprio pesquisador o sentimento de descoberta e entendimento sobre o tema, além de com os “exemplos fortes” ser convencido das proposições a serem produzidas ao longo do estudo de caso. Além disso, a riqueza do olhar do autor do estudo de caso recebe um embasamento cultural que deve ser considerado, já que tal pesquisa concede liberdade de interpretação ao autor, dialogando com os dados previamente apresentados no trabalho e construindo suas respostas às teorias formuladas.

Partamos então ao modo como o estudo de caso pode ser e como será aqui percorrido para a responder nossa proposta inicial. Yin (2010) descreve quatro diferentes aplicações que pode conter um estudo de caso de natureza exemplar: ele pode *explicar*, *descrever*, *ilustrar* ou *explorar* seu objeto de estudo. Considerando os conceitos principais de cada um dos verbos que trilham um bom estudo de caso, entendemos que para satisfazer o que aqui se propõe, deverá ser utilizada a linha exploratória, que compreende uma intervenção que não contém um conjunto claro e definido de resultados. Assim o é quando tratamos do assunto escolhido para guiar tal estudo: inúmeras interpretações podem ser feitas e vários vieses podem ser analisados quando se estuda uma cobertura televisiva tão grandiosa como foi a realizada tanto por FOROtv quanto pelo SBT, pois como já antes descrito neste trabalho, questões ideológicas, culturais, políticas e mercadológicas em muito podem influenciar o modo como um assunto é tratado pelos *media*, em especial no caso da morte e da televisão (CANAVILHAS, 2007).

Na sequência da composição de um projeto de pesquisa e sua aplicação ao caso aqui descrito, Yin (2010, p. 49-55) detalha os cinco principais elementos da formação do estudo de caso, sendo eles:

- A questão a ser estudada e amparada pelo estudo de caso;
- As proposições a serem avaliadas/confirmadas (se existirem);
- As unidades de análise que serão o alvo do estudo;
- A lógica de vinculação entre os dados a serem analisados às proposições;
- E os critérios a serem usados para se interpretar as conclusões tomadas.

Como já havíamos afirmado anteriormente, a questão de estudo já havia sido definida em “como a morte do ator, diretor e comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños foi tratada pelo FOROtv e pelo SBT?”, sendo esse o norte do estudo de caso que aqui está sendo proposto. Quanto às proposições, preferimos não tomar partido de nenhuma ideia pré-estabelecida para guiar o trabalho, já que pelo fato deste possuir um viés interpretativo voltado à cultura, as ideias serão concebidas apenas ao longo do percurso do estudo de caso. Entretanto, a proximidade cultural entre os dois países e a espetacularização da morte na mídia serão os principais aspectos a serem observados.

Destarte, a unidade de análise principal a ser observada será a própria importância que o homem Roberto Gómez Bolaños desempenhou – e ainda desempenha – tanto para a Televisa quanto para o SBT. Se essas coberturas grandiosas foram realizadas pelas duas emissoras,

apenas a grande importância cultural, financeira e de público originadas pelo seu trabalho pode explicar toda a comoção que abarcou não apenas as duas emissoras, mas sim um continente inteiro, que se mostrou mobilizado a prestar as primeiras homenagens *post mortem* a Chespirito.

A conjectura de uma teoria também é descrita por Yin (2010, p. 57) como parte principal de um trabalho. O pesquisador relata que o jovem cientista social pensa que, por se tratar de um método de pesquisa *soft*, o estudo de caso dispensa a teorização de seu processo. Entretanto, a teoria é uma das principais responsáveis pelo sucesso de um caso de estudo, pois define a finalidade do trabalho e os tópicos que virão a ser essenciais em futuras discussões. Posto isso, propomos que o estudo de caso aqui realizado mostrará que tanto FOROtv quanto SBT realizaram extensivas coberturas da morte de Roberto Bolaños porquê este representou um marco cultural televisivo na história tanto de Brasil quanto de México.

Quanto à natureza do estudo de caso, Yin (2010, p. 70-98) define que esse método de pesquisa pode se realizar de duas maneiras: pode ser realizado de forma a abranger múltiplos casos ou mirando atender um único caso específico. Além disso, o mesmo estudo de caso tem a possibilidade de ser considerado holístico, ou seja, quando relata de apenas de forma geral o caráter de um objeto, ou integrado, quando considera que há toda uma relação de subunidades de análise que são responsáveis para o entendimento satisfatório do projeto. Deste modo, o estudo de caso aqui proposto pode ser classificado como estudo de caso único-integrado, já que neste esquema abordaremos um caso extremo ou peculiar – a morte de Chespirito – sem deixar de olhar para todos os elementos que compuseram, mesmo que implicitamente, a cobertura televisiva, como a cultura de cada país e seu determinado olhar sobre a morte.

Suzanna Priest (2011, p. 199) descreve que há dois tipos de análise no estudo de caso qualitativo: aquele que se baseia em diversas fontes de evidências; e aqueles que utilizam temas presentes em materiais verbais, textuais e visuais, podendo envolver desde grupos focais a programas de televisão. Estes materiais verbais enfrentam problemas para serem analisados de forma sistemática, muito dependendo da intuição do pesquisador. Deste modo, as interpretações são variadas, podendo abranger desde o que fala o personagem ou o que a narrativa descreve sem esquecer de que outras categorias (como a cultural e a social) também influenciaram este processo. Sobre o conceito de pesquisa qualitativa, Priest (2011, p. 197-198) relata que apesar de ser considerado menos exato que o método quantitativo, tal conceito exige do estudioso uma “mente aberta” e bom senso, já que muitas vezes – como no caso aqui proposto – o relatório final será regido por interpretações deste. Ademais, a autora relata que os estudos qualitativos recebem a influência, mesmo que indiretamente, do holismo, quando o pesquisador está mais

interessado nas influências sociais da mídia e sua relação com outros níveis da sociedade, muito mais do que os resultados a nível individual.

Partindo deste princípio, Duarte (2008, p. 218) detalha que apesar de o estudo de caso ser costumeiramente definido como de natureza qualitativa, ele pode normalmente recorrer a outros métodos, como o quantitativo, para a comprovação de dados e da sua teoria. Além disso, a autora define que a coleta de evidências – ou corpus – ocorre por meio de seis tipos de fontes principais: documentos oficiais, registros em arquivo, entrevista, observação direta, observação participante e artefatos físicos (p. 225). Apesar disso, o corpus deste trabalho será todo baseado em arquivos audiovisuais, o que segundo a própria autora não desqualifica a veracidade das informações ou a importância do trabalho, apesar de que quanto mais fontes serem utilizadas, mais será a chance do trabalho ser exitoso. Além disso, a criação de um banco de dados com as evidências coletadas e o encadeamento das mesmas no corpo do estudo o fazem ser de natureza satisfatória para quem o lerá.

Por fim, Duarte (2008, p. 231) destaca as principais estratégias e métodos de análise, visando o guiamento do investigador da seleção de dados e na organização do final do estudo. A mesma cita quatro dos principais métodos: a adequação ao padrão, a construção da explanação, a análise de séries temporais e a proposição dos modelos lógicos de programa. Para este estudo de caso relatado nesta monografia, será utilizado o método da construção da explanação, pois apesar de ser considerado de difícil aplicação, “ocorre geralmente em forma de narrativa, por meio da qual o investigador procura explicar um fenômeno, estipulando um conjunto de elos causais em relação a ele”. Desse modo, a elaboração do relatório será realizado visando a construção de uma narrativa que englobe o objeto de estudo proposto anteriormente neste capítulo, não sem antes explorar quantitativamente os procedimentos utilizados pelas duas emissoras na cobertura dos falecimento de Chespirito.

Duarte ainda relata (2008, p. 232-233) que a elaboração do relatório final possui uma gama de especificidades que devem ser seguidas: por exemplo, deve-se focar o público ao qual se destina todo o estudo de caso, lembrando sempre que tal método de pesquisa possui “público-alvo maior que outros métodos [...], sendo importante mecanismo de comunicação”, sendo aqui no caso destinado especialmente à banca de aprovação deste trabalho, apesar de visar futuras publicações literárias. Além disso, o relatório permite uma variedade de composição, como por meio de vídeo ou trabalho fotográfico; entretanto, o uso do texto dificilmente tem sua credibilidade substituída por qualquer outra forma de apresentação, e por esse motivo será o caminho escolhido para seu relato.

Entretanto, o relatório final deve principalmente englobar as principais questões que permeiam os trabalhos acadêmicos de modo reflexivo: o autor deve relatar se o objeto de estudo e seu resultado são significativos, se contribuem a estudos futuros na área, se considera objetos alternativos, dentre outros. Por fim, o mais importante de tudo é que, como afirma Duarte (Ibid., 2008, p.234), o sucesso de um estudo de caso está “diretamente ligado ao entusiasmo que o pesquisador demonstra durante a investigação e sua crença no achado de conclusões que produzirão uma ‘tempestade na terra’”. E mais: que o estudo de caso deve priorizar o compartilhamento de conhecimento, entendendo que este está sempre em construção e que respostas são mutáveis ao longo das investigações, visualizando a multiplicidade de dimensões presentes em uma determinada situação, sendo cada fenômeno “fruto de uma história que o torna exclusivo”.

Ordenadas as etapas de condução do estudo de caso, vamos ao corpus que detalhará como a morte de Roberto Bolaños foi tratada tanto pelo FOROtv quanto pelo SBT.

5.1 Universo e recorte da pesquisa

Para a realização do presente estudo de caso, foram recolhidas pouco mais de 14 horas da programação de cada uma das emissoras aqui citadas – FOROtv e SBT, que perfazem o universo desta pesquisa. O material foi recolhido em dois importantes sites de agrupamento de vídeos: o portal Noticias Televisa¹³, que arquiva praticamente todo o material exibido nas grandes coberturas do FOROtv e de outros canais do conglomerado da família Azcárraga; e o Youtube¹⁴, site onde são postados vídeos de inúmeras categorias diferentes, e utilizados por algumas empresas, como o SBT, para a transmissão online de sua programação em ocasiões especiais, assim como ocorreu nos principais momentos de sua cobertura da morte de Roberto Bolaños.

O pesquisador teve a condição de acompanhar as duas coberturas no fim de semana dos dias 28, 29 e 30 de novembro ao vivo, e isso despertou sua atenção por conta das abordagens técnicas e culturais que permearam os três dias de programação das emissoras. Por conta destas percepções, foram selecionadas aleatória e convenientemente quatro horas da programação de cada uma das emissoras.

Priest (2011, p. 209-210) sugere duas análises principais quanto aos estudos de caso de natureza qualitativa quando estes abordam materiais da mídia. A primeira delas é denominada

¹³ Disponível em: <<http://noticieros.televisa.com/>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/>>. Acesso em 30 nov. 2015.

análise de materiais visuais, onde o pesquisador deve se debruçar nas anotações sobre o que se transmite pela tela, como dados técnicos e como determinada abordagem ou angulação influenciaram no contexto que está sendo analisado. Além disso, a autora destaca que o processo de assistir tais materiais “com objetivos de pesquisa pode, honestamente, ser exaustivo, e é muito diferente de se assistir enquanto membro da audiência, com o objetivo de se divertir e se informar. O outro método atende pelo nome de “leituras fechadas”, e corresponde à reentrada do pesquisador no público, onde este observa suas próprias reações e as relata como um participante de determinado cenário social.

Postas essas explicações, chegamos ao ponto de partida de nossa análise dos recortes.

5.2 A cobertura do FOROtv

A programação do FOROtv transcorria normalmente na tarde da sexta-feira, 28 de novembro. Às 14h39, entretanto, logo depois de um intervalo comercial, a apresentadora Betzabé Zumaya fez o anúncio do falecimento de Chespirito, com um texto improvisado e de curta duração.

Bom, temos notícias importantes a destacar. Lamentavelmente temos que lhes informar que no dia de hoje, morre Chespirito... um homem que dedicou anos à televisão mexicana. Um homem que sem sombra de dúvidas foi o centro essencial de atores, escritores, ele foi produtor, trabalhou no cinema, na televisão, no teatro...

Neste momento, Zumaya começa a falar de modo mais preciso, aparentemente lendo um texto previamente escrito. Eis o trecho inicial de sua fala:

Admirado, querido, reconhecido por milhões de pessoas em todo o mundo. Seus personagens nas séries que fomos conhecendo foram um fenômeno internacional. Seus programas mais vistos na televisão mexicana foram dublados, escutem, em 50 idiomas.

Exatos dezoito segundos após o retorno do intervalo, imagens de arquivo começam a ser exibidas, com cenas do programa Chaves, fotografias de seus personagens, imagens de família e trechos de suas peças teatrais. O primeiro GC¹⁵ informando a morte de Roberto Bolaños levou 57 segundos para ir à tela, contando do momento do anúncio do falecimento.

Imagem 8 - Primeiro GC anunciando a morte de Bolaños

¹⁵ Identificador das fontes ou da situação que está sendo exibida (TERMOS..., 2010).



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Um minuto e vinte e três segundos depois do anúncio, entra no ar o primeiro VT¹⁶ contando a história de Bolaños. A matéria compreendeu a criação de seus personagens, entrevistas com o comediante feitas pela Televisa, mais imagens de arquivo de sua família e depoimentos marcantes do próprio ator, como por exemplo citando que era um cidadão de toda América Latina e sua história de amor com Florinda Meza. É importante ressaltar que o VT em momento algum tem alguma ambientação triste ou referente à morte, tanto que seu fundo musical é o tema do desenho de Chaves, uma versão eletrônica e alegre de *The Elephants Never Forget*, de Jean Jacques-Perrey, que em sua gravação original foi o tema do programa nos anos 1970. O vídeo, exibido a todo momento com o GC “Muere Roberto Gómez Bolaños”, durou ao todo oito minutos e trinta e dois segundos.

Ao final desta produção, surge na tela a primeira arte produzida em referência à morte de Chespirito. Uma arte em fundo azul escuro, mesclando com branco e negro, uma fotografia em primeiro plano de Bolaños à direita da tela, e à esquerda caracteres que indicam seu nome e os ano de nascimento e falecimento, sendo as informações separadas por uma espécie de facho de luz. Ficou na tela por 5 segundos, sendo utilizada em todas as voltas de VTs especiais que foram exibidos durante toda a programação vespertina da emissora sediada em Chapultepec.

¹⁶ Toda reportagem ou vídeo exibido (TERMOS..., 2010).

Imagem 9 - Primeira arte gráfica referente à morte de Bolaños



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Ao retornar das imagens para o estúdio, junta-se à bancada de apresentação o jornalista Óscar Hernandez, desejando um boa tarde não muito feliz à sua colega de trabalho. Doce por dividir a bancada com ela e triste por estar noticiando a morte de Roberto Gómez Bolaños. Oscar, que durante toda a programação se mostrou entristecido e saudosista, com falas pausadas e pensativas, utilizou-se muitas vezes do artifício do comentário do quanto Roberto foi importante para o povo mexicano e para ele mesmo. Assim saudou aos espectadores:

[...] Desejando um boa tarde agridoce à Betzabé, por dividir as transmissões com ela e precisamente triste por isto, porquê milhões de mexicanos e gente da América Latina cresceu com o humor branco de Dón Roberto Gómez Bolaños. De verdade muito triste isso que está acontecendo, mas temos que trabalhar e informar.

Na sequência, o apresentador anuncia um VT especial sobre o programa Chaves. Na cabeça, o texto valoriza o fato de que, sem dúvidas, um dos maiores êxitos de Roberto Gómez Bolaños foi a Vila do Chaves, afirmando que o menino órfão e inocente viveu inúmeras aventuras que transcenderam a história da televisão. Tal vídeo segue as mesmas características do primeiro, com texto e componentes que pouco ou nada recordam momentos tristes ou relacionados à morte. Os principais assuntos abordados foram a criação do personagem Chaves, o enorme sucesso que fez em toda a América Latina, e que nos dias atuais chega às novas gerações através da animação que engloba as histórias e os personagens que estrelaram o programa na década de 1970. No total, teve cinco minutos e vinte e quatro segundos de duração.

No retorno à bancada, mais um comentário de Hernandez, agora dialogando com sua companheira:

A: Inesquecível, cativante, mas acima de tudo muito sugestivo de um México que já não existe, que se transformou. Mas eram outros tempos, outra cultura, outros valores, outro humor, que menos para mim me fazem lembrar quando vejo estas imagens.

B: Não, e além disso, essa forma de manejar a linguagem e de leva-la também às pessoas que o assistiam como um reflexo do México. E de se identificar com algum dos personagens, talvez não por viver em uma vila, mas sim com esse humor característico.

Também é importante destacarmos que palavras que destacam o fato morte foram muito pouco pronunciadas nos primeiros minutos de transmissão, sendo reservadas apenas ao GC constante na tela. Após a apresentadora anunciar “morre Chespirito” logo no retorno do comercial, às 14h39, somente depois de 20 minutos o fato voltou a ser destacado, com a fala de Óscar Hernandez: “Muitos são os personagens que criou Dón Roberto Gómez Bolaños, esse homem que hoje informamos que faleceu aos 85 anos de idade”. Os comentários e os textos roteirizados apenas ressaltavam as características de Chespirito, como um herói e gênio da televisão mexicana e latino-americana. Tal constatação pode ser feita com a fala de Hernandez após um VT exibido sobre o personagem Dr. Chapatín, pedindo para a companheira permanecer na mesa, já que o momento merecia atenção total dos jornalistas do FOROtv.

Foi um dos personagens que criou ao largo de sua longa e exitosa vida. Qualquer um de nós podia identificar-se com qualquer um deles, com uns mais, com outros menos, mas creio que todos podemos nos identificar com alguns de seus personagens no sentido de termos gostado e nos ter feito rir. Peço à Betzabé que fique, pois parece lógico que sigamos dividindo essa transmissão e comentando parte do que significa para os mexicanos, para muitíssimos latinos, este doloroso falecimento de Dón Roberto Gómez Bolaños.

A sequência da programação seguia normalmente com um vídeo que contava mais sobre a homenagem recebida por Bolaños dois anos e meio antes, em março de 2012, o “América Celebra a Chespirito”. Entretanto, pouco mais de três minutos depois, o VT é cortado para uma sequência de entrevistas com alguns atores mexicanos, dentre eles o comediante Edgar Vivar, que trabalhou com Chespirito e manteve amizade por mais de 40 anos com ele. Muito emocionado, inclusive com dificuldades para se expressar, destaca que recebeu telefonemas de diversos países, lembrando que Bolaños “é um homem que deixou coisas boas, nada mais, e lembrarei dele sempre com o sorriso e com o ânimo de sempre”.

Os apresentadores do FOROtv então, assumem uma postura pouco comum em transmissões jornalísticas: se colocam no mesmo ângulo de visão das pessoas próximas a Chespirito, compartilhando a dor e o sofrimento de todos os milhões de seguidores do ator na América Latina. Ao se desculpar por sua voz embargada, Vivar recebe como resposta a frase “não se preocupe, para nós também é forte esse momento”.

Na sequência, o comediante de 66 anos destaca que a melhor lembrança de Bolaños será o seu constante bom humor, e ao final da entrevista, os apresentadores comentam que “entendem a emoção” de Edgar, por “ter dividido tantos anos de sua vida com o homem, não apenas com o ator” Roberto Bolaños. Por fim, Oscar relata que não sabe muito bem o que dizer, pois a dor que Edgar está sentindo é a dor de todos os que esperavam ansiosamente – inclusive o próprio Oscar – para assistir seus programas durante a semana, e que essa seria a reação esperada dos milhares de amigos de Bolaños no meio artístico.

Durante as entrevistas, a tela se dividia em dois quadros: um maior, onde cenas dos trabalhos de Chespirito eram exibidas em vídeo; e um menor, do lado direito inferior, onde imagens da vida de Bolaños eram mostradas em *slow motion*. Ademais, a tela também era composta por um fundo cromado azul, referência à cor predominante na logomarca do FOROtv, além dos GCs com o nome dos entrevistados, a tarja de notícias e a logo do canal.

Ao final desta primeira parte da programação, a segunda arte gráfica produzida em razão da morte de Roberto Bolaños foi exibida por pouco mais de cinco segundos antes da ida para o comercial. Esta seguia o padrão gráfico da primeira imagem, mas com consideráveis modificações: a imagem era toda em preto e branco, com a mesma foto de Bolaños posicionada à esquerda da tela, tendo à direita as mesmas informações anteriormente exibidas, com o adendo do apelido “Chespirito”, colocado em aspas logo abaixo do nome do ator. Também é importante destacar que a tarja noticiosa, posicionada abaixo dos GCs, estava completamente tomada por notícias acerca da morte, mencionando entrevistados, personalidades, e convidando o espectador a conferir mais informações no site oficial da emissora.

Ao retornar do comercial, às 15:22, o apresentador mais uma vez cita a morte de Chespirito apenas uma vez, sendo sua primeira fala: “Hoje, nesta tarde, tivemos conhecimento do falecimento de Dón Roberto Gómez Bolaños aos 85 anos de idade”. Na sequência, a bancada comenta que diversas personalidades se manifestaram por meio das redes sociais, em especial o Twitter. No primeiro momento, destacaram-se os tweets feitos pelo presidente mexicano Enrique Peña Nieto, onde expressa condolências à família de Chespirito e consola o povo mexicano, e pelo presidente da Televisa Emílio Azcárraga Jean, que lamenta a perda de um grande homem e amigo.

Imagem 10 - Segunda arte estática em homenagem a Chespirito



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Outro momento de destaque se deu quando os apresentadores conversavam sobre a difícil escalada para o sucesso na carreira de Roberto Bolaños. Em tom de conversa informal, os apresentadores comentavam como havia sido o início de carreira para Chespirito, levando a mais um comentário de Oscar Hernandez, que mais uma vez se mostrou emocionado pelo momento, falando de forma muito pausada e cabisbaixa em alguns momentos:

A verdade é que há um clamor verdadeiro ao enorme esforço que Dón Roberto Gómez Bolaños teve para chegar ao êxito na televisão e nos filmes que fez, como El Chanfle. Mas insisto: chegar ao êxito e ao público mexicano, e além disso de transcender fronteiras [...], pois é o mesmo idioma que falamos desde o sul do continente até a metade dos EUA. Mas (seu humor) refletia as mesmas situações que podiam ser vividas no México, na Colômbia, na Costa Rica, no Brasil, no sul dos EUA. Esse esforço, creio eu, foi recompensado não apenas com o êxito que lhe deu a televisão mas também pelo grande, grande carinho que lhe professou o público. E é claro que não me refiro unicamente ao público mexicano.

Depois deste comentário, um contato com a correspondente em solo guatemalteco chegou a ser feito e a mesma falou por cerca de um minuto e vinte segundos, quando foi cortada pelos apresentadores: a produção havia estabelecido contato com o jornalista Jacobo Zabudovsky, experiente no ramo e amigo por décadas de Roberto Bolaños. Podemos dizer, em uma avaliação pessoal, que esta foi uma das mais ricas entrevistas de todo o fim de semana feitas pelo FOROtv, pois Zabudovsky afirma que Bolaños realizou, durante toda sua carreira,

um trabalho que não se compara ao de outros gênios do cinema. Seguem alguns dos principais trechos:

[...] Era um homem culto, mas tinha a graça de saber usar a linguagem cotidiana, de todos os bairros mexicanos, uma linguagem que se fez universal. Porque é fácil de entender em todos os países em que se falam nosso idioma e por isso se tornou tão popular em todo o continente e na Espanha também. Sua morte não será uma morte total, porquê seus programas seguirão estando conosco como se estivesse vivo, terão que se repetir constantemente. E o valor da criação de Chespirito ainda irão de entender nossos netos, como puderam entender nossos irmãos [...], pois o humorismo não está sujeito aos caprichos do tempo, ou da geografia. [...]

[...] (Ocupa entre os grandes) um lugar muito especial, um lugar muito original, é um lugar que não podemos lhe dizer nem primeiro, segundo ou terceiro, porque não há comparação. Ele criou um estilo, uma forma, e um caráter. Todos esses três aspectos são muito difíceis de criar. É o mais difícil que pode fazer um artista, e ele os criou em todas as suas atuações, todas tem um conteúdo de descrição do lugar onde habitam, de descrição das relações humanas, de certa crítica à sociedade feita com uma grande inteligência, de maneira que se pode entender em qualquer país do mundo, e se seguirá sendo entendida dentro de 50, 100 anos. [...]

[...] Ele foi muito original em seu momento, e segue sendo. Surgiu em uma época onde os comediantes queriam parecer Cantinflas, ou aos Quíqueros, ou aos que eram famosos no rádio ou nos teatros de revista. E ele criou um estilo distinto, soube captar a essência das relações humanas no receptáculo mínimo de uma vizinhança. O pátio era o clube, o centro de reuniões, o átrio, era uma espécie de praça pública. E ali se manifestavam todos os sentimentos de um ser humano e as características das relações entre os seres humanos e vizinhos, às vezes difíceis, contraditórios. O valor de Chespirito é que não se pareceu com nada. [...]

Canclini (2011) em muito pode dialogar tanto com o tratamento de Óscar Hernandez para Chespirito como com a fala de Zabludovsky acerca da criação de uma nova cultura, que cria e transforma a realidade na qual se vive nos dias de hoje. Ao abordar que Chespirito soube falar de muitos e para muitos, Hernandez confirma que a cultura está firmada em escala global, não há barreiras para tratar de problemas que são comuns a diversos povos; e o resultado disso se deve à exposição dada ao trabalho de Bolaños pela televisão mexicana, que corroborando com Zabludovsky, foi responsável pela criação de uma identidade nova, universal. É a plena hibridização de culturas culminando na formação de identidades culturais completamente novas, globalizadas e unidas à distância.

Minutos após a entrevista, exatamente às 16h03, vai ao ar a primeira vinheta em vídeo relacionada à morte de Chespirito, já com um tom mais saudosista e entristecido. Fazia parte de uma série de outras três vinhetas, com duração de vinte segundos, fundo musical bucólico e com uma locução masculina em tom alegre, vibrante, contrastando ao efeito que a trilha utilizada emprega. Em sua maioria exibiam trechos de programas, frases marcantes, imagens de arquivos e locuções que negavam a morte do ídolo. Essa em especial estruturava-se em frases

marcantes, ditas pelos próprios personagens e mescladas a uma curta locução. Todas essas produções passaram por tradução nossa, assim como todo o material do FOROtv descrito nesta monografia, sendo A as falas dos personagens de Bolaños e B as falas de locução:

A: “Não há de queijo, só de batatas”; “foi sem querer querendo”; “tá bom mas não se irrite”; “levem numa boa”.

B: Obrigado por dar cor ao nosso idioma com expressões que nos acompanharam por toda a vida.

A: “Isso, isso isso”; “não contavam com minha astúcia”.

B: Gracias por siempre, Chespirito!

Foi a primeira vez em todo o fim de semana que a campanha “Gracias por Siempre” foi empregada. Ela deu a tônica da programação de todos os canais do grupo Televisa, em especial o Canal de Las Estrellas, que em toda a programação do fim de semana fez uso da vinheta de forma ininterrupta em várias disposições na tela. No FOROtv, ela se resumia às vinhetas institucionais que eram veiculadas por diversas vezes durante a programação nos três dias de cobertura ininterrupta da morte de Bolaños.

Imagem 11 - “Gracias por Siempre, Chespirito”



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Outro detalhe curioso é que, apenas com a entrada da jornalista Karla Ibéria Sanchez na bancada, a morte de Bolaños foi mais destrinchada, como os problemas de saúde que o comediante sofreu nos últimos anos de vida e quem estava com ele no momento de sua morte, mesmo que ainda de forma muito superficial. Antes, apenas um depoimento de Jacobo

Zabludovsky havia sido mais enfático sobre o falecimento de Bolaños, quando este afirmou que já esperava o falecimento, pois sua saúde se deteriorou muito ao longo dos últimos anos. Ou seja: desde o anúncio do falecimento, às 14h39, até o momento do anúncio por Sanchez, passaram-se exatamente uma hora e vinte e quatro minutos, que foram cobertas com depoimentos, entrevistas e VTs que muito mais valorizaram o homem e seu trabalho do que a razão e causa da sua morte, apesar do luto estar presente mesmo com a inibição da morte e do morrer. Assim dizia o texto enfático de Karla Ibéria Sanchez:

Estamos nesta transmissão especial de FOROtv e do grupo televisa. Um programa especial dedicado às quase 5 décadas em que Dón Roberto Gómez Bolaños “Chespirito” se destacou como roteirista, ator, diretor, um verdadeiro dramaturgo. Teve uma extensa carreira no cinema que poucos conhecemos. Faleceu aos 85 anos em Cancún. Ele sofria de problemas pulmonares severos, acompanhado de seus filhos, sua esposa Florinda Meza, a quem enviamos nossas condolências.

Na sequência, entra o primeiro VT que enfaticamente fala sobre a morte do ator. Produzido e narrado pela própria Sanchez, tem duração de dois minutos e cinquenta e oito segundos, mesclando informações de sua vida profissional e pessoal, com muitas imagens de arquivo e trilhas que amparavam tanto o caráter triste da notícia quanto o caráter alegre de seu trabalho. Uma das passagens explica o que significava “chanfle”, palavra que se popularizou pelos programas e pelo filme homônimo de Roberto Bolaños: seu significado era de “golpes leves”, algo que Chespirito fazia com seus programas e sua obra, destacando que seu trabalho contribuiu para o renascimento da indústria fílmica mexicana em uma era que ainda vivia das antigas obras de Cantinflas.

Na sequência, podemos destacar duas entrevistas que muito falam sobre como Bolaños era visto por seus companheiros de trabalho e por influentes nomes da produção televisiva mexicana: a primeira delas é de Rubén Galindo, que produziu a homenagem *América Celebra a Chespirito* em 2012; e a segunda, é a de Rubén Aguirre, comediante que por muitos anos contracenou ao lado de Bolaños, e juntamente com Edgar Vivar, era o integrante do elenco original de Chaves que era mais próximo ao comediante. Galindo assim definiu o ator, diretor e produtor recém-falecido:

Definitivamente, Chespirito é um gênio. É um gênio porque transpassa fronteiras, transpassa idades, transpassa níveis econômicos, a todos nós golpeia com sua arte e nos deixa mais que uma moral, nos deixa um exemplo de vida. Creio que é isso que o faz genial, não? Pois através da cotidianidade tão simples e dos dilemas mas sensíveis da vida, ele divide conosco uma filosofia que enriquece desde crianças, grandes, ricos, pobres, brasileiros, argentinos,

paraguaios, colombianos, mexicanos, espanhóis... E estou certo que em outros idiomas também funciona, sua comédia porque é universal.

Perto das 16h45, acontece a primeira entrada de correspondentes que falavam diretamente sobre a morte de Bolaños, estando Ernestina MacDonald em frente ao condomínio Isla Dorada, local onde Chespirito e Florinda residiam na cidade da Cancún. No boletim de dois minutos feito por telefone, a repórter conta que estava no estacionamento do residencial, de onde podia observar um forte esquema de segurança particular. Também disse que todos que frequentavam as praias de Cancun diziam que Chespirito era uma pessoa incrível, e que os serviços funerários estavam sendo comandados por uma empresa sediada no centro da cidade mexicana. Por fim, MacDonald informa que ninguém havia saído do estacionamento até aquele momento, e que turistas estrangeiros se mobilizavam em frente ao condomínio para dar os pêsames e mostras de simpatia ao ator, juntamente com outros integrantes da imprensa mexicana.

Às 16h48, outra vinheta da série “Gracias por Siempre” entra no ar. Com os mesmos 20” de duração e a mesma trilha musical triste utilizada pelos outros programetes, com o diferencial de que não havia falas de seus personagens – apenas uma referência a um dos bordões de Chapolin Colorado –, apenas a locução masculina em tom alegre mesclada com imagens de arquivo, em especial dos trabalhos de Chespirito com Viruta e Capulina. Eis a transcrição:

Há mais de 60 anos, nosso “Shakspearzito” Roberto Gómez Bolaños já escrevia roteiros para filmes memoráveis. Desde então, dividiu conosco sua alegria e apresentou sorrisos ao mundo inteiro. Hoje lhe dizemos adeus, mas não “priemos cânico”: ele é imortal! Gracias por Siempre, Chespirito!

Outra entrevista significativa dentro da programação de sexta-feira no FOROtv aconteceu com Rafael Tovar y De Teresa, presidente da Conaculta. Ela se destaca por em sua fala afirmar que Bolaños foi um grande estudioso da linguagem mexicana, dando palestras gratuitas sobre o assunto em universidades do mundo todo, como Harvard e Stanford, sendo inclusive chamado de filantropo pelos apresentadores. Aqui, um excerto:

Uma tradição muito grande que existe no México é dar sempre um sentido humorístico inclusive às grandes tragédias que vivemos, às grandes dores, aos grandes momentos. Houveram importantes comediantes, humoristas desde o circo até a televisão. E creio eu que Chespirito é um personagem que se distingue por que é absolutamente ligado ao público mexicano e ao público latino-americano. Chespirito tem estado nos olhares mexicanos, nas casas mexicanas através da tela, presente com personagens inesquecíveis, como o Chaves, creio que várias

gerações o tiveram muito próximo, tem podido gozar com ele, porque encarna algumas das características mexicanas. [...]

Chespirito entendia o sentido de um idioma e seu valor. Era um homem que não fazia mais do que piadas e personagens humorísticos. Era um linguista, tinha facilidade para escrever um roteiro, uma estrutura literária, como são alguns filmes do cinema mexicano nos anos 60, de tal maneira que Chespirito é um personagem profundamente arraigado na cultura popular mexicana. Incluso isto está o homem, como faz derivar nossa própria língua de Shakespeare a “Shakspearito”, ele dizia o mesmo com muito humor que toma distância frente a sua própria pessoa, mas sabe que é um homem que domina muito bem o sentido do humor, o sentido da expressão e a da própria palavra.

Logo na sequência, mais uma vinheta da série “Gracias Por Siempre”. Desta vez, a locução estava ainda mais efusiva e efeitos sonoros que remetem a momentos engraçados permeavam o vídeo. Do mesmo modo que a primeira vinheta, esta lembrou alguns dos principais personagens, lembrando até de frases marcantes de um destes personagens.

Com apenas oito anos bateu à sua porta e esteve quando você mais precisou (imagem do personagem Chaves) / Tanto assim que roubou seu coração (imagem do personagem Chompiras) / Te curou do mal humor (imagem do personagem Dr. Chapatín / e até te contagiou com sua rebimboca (imagem do quadro Los Chifladitos). O homem que reinventou a letra CH¹⁷. Gracias por Siempre, Chespirito!

Às 19h10, a produção contata o repórter Juan Rios, da área de entretenimento do Canal de Las Estrellas, que seria o primeiro a dar o anúncio acerca dos eventos que seguiriam os próximos dois dias. Ele relata que no momento em que entrou no ar, recebeu um memorando da Televisa, que continha três importantes informações: a primeira delas dava conta de que o corpo de Roberto Bolaños chegaria logo de manhã à capital do México, vindo de avião da cidade de Cancún; na sequência, informa que a Televisa San Ángel, mais especificamente na Plaza de Las Estrellas, haveria uma espécie de homenagem de corpo presente; e, por último, ocorreria no domingo, às 10h, uma homenagem também de corpo presente no estádio Azteca, sendo que a empresa estava a convocar o público para estar presente.

Sem mais informações, muito por conta das notícias terem pego o repórter de surpresa, sem tempo para mais apurações, ele apenas confirmou que a Televisa estava organizando uma campanha denominada “Gracias por Siempre” para se despedir de Bolaños. Por fim, o repórter revela que a redação da Televisa Espectáculos recebia ligação de todos os cantos do mundo, inclusive da Austrália, pedindo as últimas informações e compartilhando o pesar que a notícia

¹⁷ CH foi considerada por quase 150 anos uma letra dentro do alfabeto espanhol, perdendo tal denominação em 2010, quando passou a ser considerada um dígrafo. Ainda hoje ela faz parte de diversos alfabetos de povos indígenas espalhados pelas américas (ALFABETO, 2015).

causou na América Latina e no restante do mundo. Por conta da “triste notícia que sacudiu o México”, o repórter afirma que foi um dia “para se recordar na redação”.

O período entre 20h50 e 21h10 apresentou duas novas artes na programação do FOROtv. Às 20h52 entra no ar, logo após a ida para o intervalo do noticiário da hora, uma nova vinheta em vídeo, também de vinte segundos de duração, basicamente seguindo a mesma estrutura apresentada daquelas que compuseram a série “Gracias por Siempre”. Entretanto, esta tem um caráter de homenagem da própria Televisa: não são exibidos vídeos, apenas fotografias estáticas dos personagens de Bolaños; a locução desta vez tem caráter mais sereno, e por isso a trilha se sobressai, transparecendo que o pesar está presente entre todos da empresa; e, ao final, ao invés da logomarca referente à campanha “Gracias Por Siempre”, o símbolo da Televisa é formado por elementos brancos brilhosos que, combinando com a locução, são estrelas.

Quando a vida de uma estrela termina ela não desaparece. Seu legado seguirá iluminando nosso universo, sua busque estará sempre presente. Chespirito está em nós, porque somos feitos de estrelas.

Às 21h08, durante imagens de arquivo que recuperam uma entrevista de Bolaños ao jogador argentino Diego Armando Maradona na década passada, o arco negro que representa luto passa a compor os elementos visuais da emissão do FOROtv pelos três dias seguintes, em sinal de respeito ao falecimento do artista. O arco é visível por todo o tempo da programação excluindo os intervalos comerciais, permanecendo durante todo o tempo no canto esquerdo superior da imagem.

Às 21h45, uma reportagem de estrutura muito simples foi o primeiro registro sem a imagem de Chespirito a ir ao ar desde o anúncio de sua morte: por um minuto e quarenta segundos, a população pode contar e expressar seus sentimentos em torno do falecimento do comediante. Sem passagens¹⁸ ou imagens em *off*¹⁹, os mexicanos, dentre outras coisas, falaram sobre o sentido da morte, qual seu personagem preferido, quais eram as boas lembranças que o ator deixara, os valores socioculturais transmitidos por seus programas. Ademais, foi destacado que Bolaños era um ícone da televisão mexicana e da própria América Latina, transmitia ternura em seu trabalho, além de ter sido um divisor de águas na história mexicana, fazendo com que o país se fizesse conhecido no estrangeiro. Dentre os personagens ouvidos, estavam idosos, jovens, e um palhaço.

¹⁸ Quando o repórter aparece no meio da matéria (TERMOS..., 2010).

¹⁹ “Narração gravada da reportagem. Usada para cobrir as imagens” (TERMOS..., 2010).

Imagem 12 - Estrelas formam símbolo da Televisa e arco negro passa a compor a transmissão do FOROtv



Fonte: FOROtv/Reprodução.

O jornal seguiu até às 22h30, reprisando nesse interim uma entrevista de Bolaños à comunicadora Adela Micha em 2005, três entrevistas reproduzidas durante a programação daquele dia e os VTs sobre o personagem Chapolin Colorado e sobre a megacoreografia realizada por mexicanos em 2012 para o evento América Celebra a Chespirito. Para encerrar o noticioso, a apresentadora Karla Ibéria Sanchez decide ler um trecho do livro de Bolaños, pegando-o da bancada enquanto uma arte de cor preta e branca surgia na tela com o excerto escolhido, que tratava sobre finais felizes, fazendo a apresentadora uma referência à morte do escritor e como esta deveria ser tratada. Às 22h30, se encerrava a programação de mais de oito horas ininterruptas de cobertura sobre a morte de Chespirito.

Imagem 13 – O livro de Bolaños



Fonte: FOROtv/Reprodução.

O sábado, dia 29 de novembro, as homenagens a Chespirito se iniciaram cedo no canal sediado em Chapultepéc. Por volta das 7h, um especial de 27'20 foi exibido na emissora, não tendo a logomarca de nenhum dos canais específicos do grupo Televisa: na tela, apenas o arco negro representando o luto e, no caso do FOROtv, uma pequena tarja identificando o nome da emissora.

A estrutura do especial foi pautada no trabalho de Bolaños, com inserções de comentários sobre seu trabalho ter atingido todas as camadas sociais da América Latina. Uma locução, entoada por um coral de crianças que canta uma composição especialmente criada para a ocasião da morte de Bolaños, intitulada “Gracias Por Siempre Chespirito”, que assim terminava de dar forma à campanha empenhada pela Televisa para homenagear o comediante.

Assim dizia a locução inicial:

A sexta 28 de novembro ficou gravada na história da América Latina. Dón Roberto Gómez Bolaños fez uma viagem sem retorno, cuja estela são seus personagens, sua veia humorística, seus programas, suas frases, as risadas que arrebataram milhões de crianças, jovens e adultos. Essa é a imagem de um homem bonachão, rodeada de talentos como escritor, ator, comediante, roteirista, produtor, dramaturgo e pintor.

No momento em que termina a locução inicial, que contextualizou imagens em *slow motion*²⁰ da vida e obra de Roberto Bolaños, sobe o volume da canção “Gracias Por Siempre”, que toca por quarenta e oito segundos, mesclada com bordões famosos do comediante equalizados com grande reverberação provavelmente para fazer alusão a uma voz que vem do distante, de mais além. Vinheta gráfica foram montadas especialmente para acompanhar a música, em um vídeo que serviu para a abertura do segundo dia de reportagens especiais sobre a morte do ator: em versões menores, com trechos de dez a quinze segundos, as mesmas foram utilizadas durante a programação para divulgar o nome da campanha.

Os primeiros minutos contemplaram mais a parte biográfica de Bolaños, como a infância, casamentos e a entrada na televisão. Com o passar dos minutos, imagens de arquivo, como entrevistas e vídeos de família preenchiam a tela enquanto uma BG triste contemplava o ambiente de luto. Entretanto, ao se falar dos trabalhos de maior sucesso, a fúnebre trilha alternava costumeiramente com uma versão de Pizzicato Polka, conhecida música dos irmãos Strauss, para se lembrar da alegria que os trabalhos de Chespirito transpassavam ao público.

Imagem 14 – Vinheta “Gracias por Siempre Chespirito”



Fonte: FOROtv/Reprodução.

A homenagem, entretanto, não ficou na mesmice de apenas contar a história de vida do comediante. Dela surgiram inquietações antropológicas e sociológicas, destacadas pelas

²⁰ Câmera lenta (TERMOS..., 2010).

locuções muitas vezes escritas em primeira pessoa, em um formato de documentário pouco visto no cotidiano jornalístico brasileiro. Dentre as afirmações, destaco os seguintes trechos:

[...] A maioria dos antropólogos, historiadores, sociólogos e pedagogos da língua espanhola se deteve, pelo menos alguma vez, a opinar algo sobre Chespirito. Porque seus jogos nada simples de palavras divertem genuinamente e de modo unísono e centenas de milhões de ponta a ponta do continente trinta anos depois de criados. E por que o humor de Don Roberto pode acoplar-se perfeitamente a qualquer tropeço humano? A resposta, quem sabe, está em seu poema acompanhado das risadas. [...]

[...] Mas tampouco parece justificável o reflexo de um classismo soterrado inconscientemente, que levaram a não poucos pais de família a se sentir orgulhosos de proibir seus filhos de ver El Chavo del Ocho. Primeiro, porque é possível detectar uma hipocrisia, pois tantos de nós que fomos crianças nos anos 70, 80, 90 e ainda depois, crescemos seguindo semana a semana as aventuras do Chapolin e do Chaves, dos Caquitos e da Chimoltrúfia, do Dr. Chapatín... E me atrevo a dizer que tais personagens formaram e formam parte de nossa educação sentimental e de nossa cosmovisão sociológica. E há 40 anos nos servem de espelho do melhor e do pior de ser mexicanos, para não dizer humanos. E tudo com o mérito, hoje tão raro na comédia televisiva, de nos arrancar frequentes gargalhadas. [...]

A hora e meia seguinte se dedicou a reapresentar programas de Bolaños, em especial o programa *Los Supergenios de la Mesa Cuadrada*, entrevistas realizadas no dia anterior e matérias produzidas com o ator entre os anos 2000 e 2010. Nesta parte da programação, uma recriação da logomarca do FOROtv transforma o círculo azul no barril do Chaves, estampado pelo F da emissora, de onde a cada momento saem tanto Chaves quanto Chapolin e Chompiras, dois personagens que pouco ou nada tem a ver com o barril, mas que tudo tem a ver com a grande homenagem. Foi a primeira vez que a emissora modificou sua logomarca desde sua fundação oficial, em agosto de 2010. Mas foi por apenas alguns minutos: ao início dos noticiários matutinos, a logomarca redonda e azul estava de volta ao seu padrão.

Entre 9h e 9h30, deu-se início à programação noticiosa da emissora naquele dia. O trabalho de cobertura acerca do falecimento passava a contar com fatos e eventos mais concretos, incluindo os traslados, os ritos funerários realizados e as cerimônias que se seguiriam até o dia do enterro, já confirmado para a segunda-feira. Durante o sábado, correspondentes de toda a América Latina participaram da programação, contando como foram as primeiras homenagens, o pronunciamento de autoridades e como as mídias locais reagiram à morte de Chespirito. Durante este giro de informações, surgia pela primeira vez uma chamada gráfica para a população mexicana comparecer ao estádio Azteca no domingo pela manhã: uma imagem em tons envelhecidos, com o centro esportivo posicionado sob uma fotografia do personagem Chaves, e por cinco linhas de texto assim escritas: “Último adeus a

‘Chespirito’/Estádio Azteca/Domingo 12:00 PM/Leve uma flor”. Tal imagem se repetiu durante toda a programação.

Imagem 15 – logomarca do FOROtv no barril do Chaves



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Colaborando com a transmissão de notícias, repórteres se espalhavam em pontos estratégicos, como o aeroporto de Toluca, aonde chegaria o corpo do ator, e os estúdios de San Ángel, que receberiam os restos mortais para a cerimônia programada. Neste local estava Amado Azueta, que entrou ao vivo na programação às 17h10 com as imagens do que era preparado nos estúdios da Televisa para a cerimônia que seria ciceroneada pela direção da Televisa, pelos amigos e familiares de Bolaños. Azueta destaca que antes das seis da manhã mais de cem homens trabalhavam arduamente para aprontar a Plaza de Las Estrellas, que estava sendo decorado com tapetes vermelhos, flores e um altar, onde seria postado o corpo do ator durante a cerimônia.

Na sequência, o corpo foi trasladado para os estúdios de San Ángel. Enquanto um helicóptero acompanhava as imagens, os apresentadores relatavam o carinho que Roberto Bolaños tinha por toda a América Latina. Um dos apresentadores fez uma contumaz observação acerca dos Grandes Mortos, seguindo o que disse Mouillaud (2002) sendo que os cortejos representavam a real grandeza de um falecido, mesclando a inclusão digital com a paixão que a população sente pelo artista:

[...] Você sabe que quando morriam grandes ídolos se acumulavam multidões nas ruas, não existia essa maneira de se comunicar digitalmente. E agora estou certa que muitas, muitas pessoas irão amanhã ao Estádio Azteca, as mesmas pessoas que agora mesmo estão se manifestando por mídias digitais, através de seus celulares e computadores.

O noticiário das 19h falou inteiramente sobre Chespirito, com a tela dividida a partir do minuto quatorze com imagens ao vivo da chegada dos convidados à cerimônia fechada que se realizaria nos estúdios da Televisa Sán Angel. Até às 20h, o jornal abordou diversas situações sobre Bolaños, como o sucesso que fez ao lotar o Estádio Nacional do Chile no final dos anos 70, o primeiro lugar que alcançou nos trending topics mundiais do Twitter e a exibição de novos materiais produzidos especialmente para sua morte. O primeiro deles foi ao ar próximo das 19h09, um vídeo de seis minutos e vinte e cinco segundos, onde o locutor conta, com voz serena apoiada por trilhas bucólicas, a história dos níveis de audiência que alcançou o programa Chaves, em especial agradecendo o personagem que “apesar das carências, com boa fé e otimismo podemos alcançar nossos sonhos”.

A participação dos apresentadores na bancada se encerrou às 19h56, quando a produção mais significativa da série de homenagens “Gracias por Siempre” foi exibida a fim de encerrar o jornal das sete da noite. Um vídeo de três minutos e vinte segundos, sem locuções ou falas dos personagens, exibia imagens da carreira e da vida pessoal de Roberto Bolaños mescladas com efeitos visuais que muito davam o ar de luto e dor do momento, embaladas pela trilha musical “After the Rain”, de Robert Etoll. De características fortes, com um coral adulto e uma pesada orquestra de metais e violinos, a imagem dialogava com o som: um acorde mais incisivo ou uma mudança de nota faziam o vídeo trocar. Por meio de frases curtas e com efeito, a Televisa impunha a ideia de que, apesar do herói ter partido, para sempre ficará na lembrança de todos.

Se foi o gênio/ O amigo, o ser humano que nos deu tanta alegria/ Escritor de sua própria história/
Êxitos/ Reconhecimentos/ Momentos inesquecíveis.

Neste momento, uma imagem em sépia de Chaves aparece no meio de uma constelação e aos poucos vai se apagando. Dois segundos depois, a imagem fica totalmente escura, ouvindo-se tambores em rápida velocidade. A imagem ressurgue, agora com a imagem composta pelos vídeos em *slow motion* e com um efeito de estrelas piscando até o final da homenagem.

Seu talento nos fez sonhar/ Sua sensibilidade nos fez rir e chorar/ Sua bondade nos fez amá-lo
e agora nos fará sentir saudades/ Nunca esqueceremos de seu sorriso/ Sempre será nosso herói/
Sempre manterá viva nossa infância/ E sempre te levaremos no coração.

Por fim, surge a imagem animada de elementos se movendo na tela em volta da frase
“Chespirito, Gracias por Siempre”, como o barril do Chaves e a marreta biônica de Chapolin.

Imagem 16 - O vídeo especial “Gracias por Siempre Chespirito”



Fonte: FOROtv/Reprodução.

A programação de sábado do FOROtv é uma mostra de como a televisão é capaz de espetacularizar um acontecimento de certo modo comum a todos os seres humanos. Baseando-se em Negrini (2010), podemos afirmar que, juntamente com a violência, a morte é um dos elementos mais capazes de conquistar a atenção do público, e por isso a cobertura junto à ela é implacável; destarte, a programação das emissoras faz jus do espetáculo para atrair o espectador em casos de grande comoção, como foi a morte de Chespirito. Além disso, a morte de uma celebridade que possua reconhecimento perante o público é um álibi para as programações televisivas modernas, além de que apenas estes merecem uma cobertura que derrube toda a grade de programação e matérias especiais sejam produzidas; Bolaños foi um grande morto, que serviu para mobilizar toda uma empresa em prol de homenagens e de um melhor desempenho na busca por audiência.

Já a programação noticiosa do domingo começou próximo das 9h, com imagens sendo transmitidas do lado de fora do estádio Azteca, com muitas crianças vestidas como os personagens criados por Bolaños, pessoas chegando para a homenagem e vendedores ambulantes aproveitando para lucrar com objetos popularizados por Bolaños, como a marreta

biônica. Às 10h, começa a transmissão do traslado do corpo em direção ao estádio. O repórter Amado Azueta faz algumas incursões ao vivo, mas o comando da transmissão pertencia a Raúl Rodríguez e Óscar Hernández, que a todo momento faziam observações acerca da estrutura montada para a despedida do ator e também do que significou a figura de Bolaños para o México.

Quando o corpo adentra à rua Roberto Gómez Bolaños, dentro de Televisa San Ángel, os âncoras comentam que as atividades no local foram suspensas temporariamente para os trabalhadores da Televisa se despedirem de Chespirito, representando inclusive a eles próprios, que precisavam trabalhar naquele momento. Um momento que marcaria a descontração de transmissão é quando Raul comenta, em meio a risadas e no momento em que o caixão de Chespirito sendo carregado era o foco da imagem, que muitos dos seus companheiros de trabalho estavam utilizando camisetas do Chapolin e filmando aquela cena, como uma recordação e uma mostra de carinho ao falecido.

Ainda com o foco das imagens, que estavam sendo feitas por diferentes ângulos, sobre o féretro de Roberto Bolaños, Óscar Hernández comenta algo que apenas reforça a postura assumida pela Televisa durante o fim de semana: Chespirito morreu, mas suas obras não.

Vale a pena destacar que finalmente, pois essa é a magia da televisão, se está despedindo o personagem, o dramaturgo, o roteirista, o ator, o produtor de cinema e televisão, que morreu na sexta aos 85 anos. Mas se vai deixando imortalizados seus personagens, graças precisamente à magia dos meios massivos de televisão.

Imagem 17 – Homens carregam o corpo de Bolaños dentro de San Ángel



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Os momento que seguem praticamente contemplam por completo o objeto de estudo deste trabalho. Enquanto os âncoras comentavam sobre a entrevista dada na sexta-feira por Rubén Aguirre, que contou histórias sobre o período em que trabalhou com Chespirito, o féretro

com seus restos mortais eram colocados no carro adaptado especialmente para o percurso. Em cor vermelha, comportava adornos de flores, os bonecos de Chaves e Chapolin e um féretro de acrílico que deixaria à mostra o caixão; entretanto, os apresentadores não tinham conhecimento prévio daquilo, transparecendo surpresa e orgulho pela cerimônia criada “de última hora”, por vezes solicitando a intervenção de Amado Azueta para explicar melhor o que seria feito:

Raul: Vamos ver, estão subindo com ele [o caixão] em uma plataforma. É uma plataforma... que não sei se está conectada [ao carro], vamos ver. Não sei, a tomada que foi dada não nos deixou claro. Ah sim, essa é a parte de frente da plataforma, Óscar... mas vão o transportar aí??

Óscar: Raul, entendo que é uma despedida para que o público possa ver o passo do cortejo fúnebre em direção ao estádio asteca. Vemos uma proteção, me parece de cristal, Raul. Com essas flores... nunca havia visto isso antes.

Raul: E é precisamente ao que se referia Amado Azueta mais cedo, à originalidade que implicaria o traslado. Amado, pode nos contar, estão subindo neste plataforma o caixão... esse é o veículo que vai levar o caixão??

Amado: Sim, é. É uma carroça, digamos, descoberta. Está coberta apenas por alguns vidros que estão protegendo o féretro, e nessa carroça serão levados dois personagens muito queridos por toda a América Latina, o Chaves e também o Chapolin. Esses personagens são de cor escura, entendendo o momento de luto que estão vivendo esses dois personagens que o acompanharam e que nos acompanham durante toda nossa vida, e também o acompanharão neste momento [...].

Óscar: E é uma mostra de respeito, de reconhecimento, de carinho. E tanto falamos da grande estrela que foi na televisão mexicana, que segue sendo e que será por muito tempo. Pois dizem que só os esquecidos morrem Raul, essas mostras de nossos companheiros onde nós estamos representados, todos que estamos trabalhando nesta empresa. Revelam, como eu tinha dito, como era um homem muito sensível com os companheiros, com a gente da cozinha, com a gente da limpeza, enfim, de todas as áreas e departamentos que conformam esta empresa.

Durante o cortejo, os apresentadores seguem comentando diversos aspectos daquela homenagem, como a mescla de dor e orgulho que deveriam estar sentindo os familiares de Bolaños, e a multidão nas ruas que ao invés de se calar em luto, aplaudia e gritava seu nome, de modo que as centenas de pessoas que se aglomeravam nas ruas voltaram a surpreender os dois apresentadores. Outro momento de grande descontração por parte dos âncoras durante o traslado é quando estes comentam a facilidade para se recordar dos bordões criados por Chespirito, já intrínsecos na fala e na cultura cotidiana do povo mexicano; a medida em que iam citando-os, ambos gargalhavam ao lembrar dos momentos engraçados que os programas de Bolaños proporcionavam à toda população de um continente.

Ainda falando sobre o traslado, a imagem a todo momento estava dividida em duas: à esquerda estava a imagem das câmeras posicionadas em uma motocicleta que acompanhava o carro muito proximamente; e à direita a imagem do helicóptero, dando por vezes panoramas

gerais que mostravam como as ruas estavam cheias de pessoas para se despedir do ídolo nacional, além do trânsito totalmente interditado para a passagem da carroça fúnebre sem problemas de tráfego.

Quando o caixão adentra as dependências do estádio Azteca, crianças recepcionaram o carro que o levava com gritos de “Chespirito” e entoavam a canção “Gracias por Siempre”; aqui, os apresentadores comentam que esta reação era mais que esperada, já que aquele era o público natural do comediante morto. Quanto o veículo fúnebre adentra o campo, estes fazem brincadeiras com times do futebol mexicano, afirmando que as piadas eram feitas “com todo respeito”... aos times. Por fim, a volta que o carro daria em todo o estádio seria nada mais que uma volta olímpica, “a volta dos que triunfaram”.

Imagem 18 - O cortejo de Bolaños pelas lentes do FOROtv



Fonte: FOROtv/Reprodução.

Espontânea mas de forma respeitosa: assim pode-se observar a morte através do tratamento dado pelos apresentadores do FOROtv, em especial no momento de maior visibilidade de todo o fim de semana. O cortejo de Bolaños foi o grande centro das atenções, mas nem a exposição do caixão e do rosto triste de seus familiares foi motivo de sisudez por parte da cobertura: a lembrança de bordões, as piadas com os times mexicanos e a insinuação de que a plateia se divertia naquele grande evento dão a tônica do manejo da morte no México; mesmo sendo de uma grande personalidade, ela é um fato comum a todos e é tratada. Com a cultura daquele país já acostumada a envolver a morte em um reduto de festividades, por que

não fazer do falecimento de um grande expoente do humor um motivo para mais uma destas comemorações?

5.3 A cobertura do SBT

A programação noturna do SBT transcorria normalmente na sexta dia 28 de novembro, com o programa *Chaves* sendo exibido desde às 18h15. Pouco depois do início do episódio *Vamos ao Parque – parte 2*, próximo às 19h, a vinheta de plantão do jornalismo interrompe a exibição da série, sendo a jornalista Rachel Sheherazade a responsável por anunciar a morte do comediante Roberto Bolaños, pouco mais de vinte minutos da notícia ser confirmada pela Televisa. Em uma rápida inserção de trinta e quatro segundos, caracterizada pela objetividade, Sheherazade assim relatou pela primeira vez o falecimento:

De acordo com o canal de notícias CNN, do México, morreu agora há pouco o ator Roberto Bolaños, o intérprete do *Chaves* [começam a ser exibidas imagens de arquivo]. Ele tinha 85 anos e morreu na casa dele em Cancún, no México. A causa da morte ainda não foi divulgada. O ator que também interpretava o personagem Chapolin já enfrentava várias complicações de saúde desde o ano passado. A filha de Roberto Bolaños chegou a dizer que ele respirava com a ajuda de aparelhos. Mais informações daqui a pouco, no SBT Brasil.

A exibição de *Chaves* seguiu normalmente até as 19h44, quando começou o noticiário SBT Brasil. A escalada, feita pela jornalista e seu companheiro de bancada, o experiente Joseval Peixoto, destacavam principal mas não unicamente a morte do comediante:

Joseval: Morre em Cancún, no México, o ator Roberto Bolaños.

Rachel: O comediante interpretava os personagens *Chaves* e *Chapolin*.

Joseval: Bolaños já estava com a saúde frágil desde o fim do ano passado.

Rachel: Os seriados mexicanos estrelados pelo ator são exibidos pelo SBT há 30 anos.

Joseval: Você vai ver a história de um dos maiores ídolos infantis da televisão brasileira.

Rachel: Nossos correspondentes na América Latina mostram a repercussão da morte do ator.

Na sequência, mais seis manchetes completam a escalada, sendo três delas referentes à saúde do ex-futebolista Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, e as restantes abordando uma denúncia de racismo na internet, um acidente em um shopping e a corrida por descontos na Black Friday, que justamente acontecia naquela sexta. A primeira matéria sobre Chespirito entrou na sequência, sendo anunciada basicamente com as mesmas frases que compuseram as quatro primeiras manchetes da escalada.

O VT, com três minutos e quarenta segundos, inicia com trechos de episódios enquanto a famosa trilha de fundo *Skipping*, de John Fiddy, muito usada na dublagem *MAGA*, era executada. Seguiram-se imagens de arquivo da carreira de Roberto já com uma música mais lenta, executada por um piano clássico, que duraria poucos segundos e seria substituída por mais imagens de episódios do programa *Chaves*. O GC durante toda a matéria vem escrito “Morre Roberto Bolaños, o *Chaves*”. Ademais, a locução, feita pela repórter Simone Queiroz, soa alegre, para cima, como quem realmente está contando a história do personagem *Chaves* para alguém próximo. Durante a matéria, ela faz algumas ponderações sobre a história do programa de maior sucesso do falecido, como a explicação sobre o nome *Chaves* e até mesmo detalhes que nunca haviam sido contados em qualquer episódio. Eis alguns dos principais trechos:

[...] Um outro segredo, talvez a primeira regra da comunicação: pôr-se em comum. Assim é o *Chaves*. Bolaños criou o personagem inspirado nos meninos da periferia, disse que todo país tem seu *Chaves*. Ele é o retrato da criança pobre de qualquer lugar do mundo: de coração puro, incompreendido por todos e que acaba levando a culpa de quase tudo [vem o personagem com a fala “ninguém tem paciência comigo” [...]]

[...] Com sutileza e bom humor, ele aborda a fome. Morando no barril, *Chaves* passa vários dias sem comer nada, e é capaz de ter o apetite maior que o do *Nhonho* [mostra uma cena do episódio “O Aniversário do *Quico*”, onde rouba um pedaço de bolo] [...]

[...] No livro “O Diário do *Chaves*”, lançado em 2006, uma revelação do personagem que nunca foi dita na série da TV: Roberto Bolaños conta que *Chaves* foi deixado pela mãe, ainda muito pequeno, em um orfanato. Mais tarde por não gostar do lugar ele fugiu. Acabou indo parar na vila: lá, uma senhora idosa o acolheu no apartamento de número 8, mas logo ela faleceu e *Chaves* teve que ser despejado, e foi morar dentro do Barril. [...]

Apenas nos últimos treze segundos de matéria é que se percebe que o material foi feito para ilustrar a morte de Bolaños: uma trilha mais triste, acompanhada por imagens do personagem *Chaves* em *slow motion* e apenas isso. Na volta à bancada, Joseval Peixoto conta que “a Televisa, principal rede de televisão mexicana” exibia há mais de uma hora uma programação especial sobre o comediante falecido. Neste momento, um VT de quarenta e cinco segundos com imagens captadas da transmissão do Canal de Las Estrellas acompanham a locução de Peixoto, afirmando que a emissora contava detalhes da carreira e da vida em família do ator. Durante este tempo, o âncora também conta que o personagem se chamava *El Chavo del Ocho* no México por ser originalmente exibido no canal 8, e que depois de muito sucesso, começou a ser exportado em emissoras da América Latina, incluindo o Brasil.

Imagem 19 – Cenário do SBT Brasil estilizado com a figura de Chaves



Fonte: SBT/Reprodução.

Neste momento as notícias sobre a morte de Bolaños são interrompidas, com Rachel Sheherazade anunciando que mais tarde outras informações seriam veiculadas ainda dentro do telejornal. Minutos mais tarde, a própria Sheherazade volta a puxar o assunto, com a notícia de que a repercussão da morte havia dominado o Twitter, com as tags²¹ Chespirito, “um dos personagens de Bolaños” segundo a âncora, RIP e Chavo estavam entre as mais citadas na rede social. A ilustração imagética da matéria se dá pela exibição dos tweets feitos pelo ator Edgar Vivar e pela fundação Chespirito, que expressavam muito pesar e tristeza pelo falecimento de Chespirito.

Uma matéria de quatro minutos e vinte segundos seria exibida como próxima atração do jornal, com os âncoras avaliando que a turma do Chaves era uma mania nacional e que quem já havia ido em uma festa a fantasia já se encontrou com Chaves e Chapolin. A matéria começa com imagens feitas já em outra data – pois com a luz do sol fica fácil perceber que a mesma não havia sido feita no dia do falecimento de Bolaños – onde a reportagem caminha por um centro comercial na cidade de São Paulo, mostrando pelúcias dos personagens criados pelo comediante sendo vendidas em bancas e populares demonstrando seu carinho ao lembrar dos bordões da série e dos episódios preferidos de Chaves.

²¹ Segundo Assis (2009), “em um mesmo site, blog ou serviço de blogs [...] ao escrever um texto e relacioná-lo a uma tag, faz-se com que todos os textos que são relacionados a essa possam ser encontrados mais facilmente”.

Entretanto, a matéria também abordou o trabalho feito pelo fã-clubes Chespirito Brasil, que mobiliza centenas de pessoas por todo Brasil em *flashmobs* e em campanhas de doação de sangue. Em destaque, dois entrevistados: primeiro o fã Maurício Trilha, que esteve com um grupo de integrantes do fã-clubes no México, conta que Bolaños afirmava se lamentar por não conhecer o Brasil, e que o mundo nunca esquecerá do Chaves e daquele cortiço onde os personagens moravam. O segundo também era um fã, Antonio Purcino, que em uma fala curta seguida por uma trilha triste, afirmou: “todo o legado que ele deixou não só para mim e não só pros fãs, mas para toda a América Latina, foi um trabalho espetacular, como humorista, e como pessoa, como ele é e foi.

Ao final do VT, um corte comercial foi precedido por duas frases impactantes ditas pelos âncoras. Ao anunciar as atrações que viriam nos próximos blocos da atração, Rachel Sheherazade afirmou: “O Brasil em luto”, seguida por Joseval que disse: “a emoção de quem cresceu assistindo o menino mais querido do país”. No retorno do intervalo, mais uma matéria relacionada ao comediante recém-falecido: entretanto, a cabeça feita pelos apresentadores em nada associou as homenagens à morte do personagem, e isso também ficou claro na matéria. Contando a história de um casal que realizou sua cerimônia matrimonial tematizada com Chaves e Chapolin, e que possui até mesmo um quarto especial onde diversos objetos e fitas cassete das séries são guardadas de modo especial, o VT teve duração de quatro minutos e dez segundos. Minutos mais tarde, a correspondente Patrícia Vasconcellos, falando em um link gravado em Buenos Aires com duração de um minuto e quatro segundos, contava que a notícia já era destaque em todos os jornais da América Latina, e que nos últimos anos de vida a família de Bolaños evitava a imprensa a fim de preservar a saúde do comediante.

A entrada da repórter precedeu o momento de maior relevância em toda aquela edição do jornal. Depoimentos de celebridades contavam um pouco do que a figura de Roberto Bolaños representava tanto para eles quanto para o próprio SBT. Neste primeiro momento, contribuíram a apresentadora mirim Maísa Silva, o humorista Sérgio Mallandro, o apresentador Gugu Liberato, o publicitário Washington Olivetto e o jornalista Hermano Henning. Entretanto, o material não era recente e tampouco inédito, tendo sido utilizado no especial de 30 anos da emissora, exibido pouco mais de três anos antes da morte do comediante. Dentre estes, destaco o dos dois últimos personagens ouvidos pela reportagem:

Washington: O Chaves é um daqueles exemplos de profissionais de comunicação completo. É capaz de escrever, dirigir, interpretar, compor canções, enfim, um homem com a capacidade de atuar e dominar o todo da comunicação. E mais do que isso, com uma enorme capacidade de ter

uma linguagem extremamente humana, capaz de atingir particularmente as camadas mais humildes da população e não de uma determinada população, mas de todas as populações.

Hermano: A própria história do SBT tem muito a ver com esse personagem do Roberto Bolaños, o Chaves. Ele criou uma identidade conosco muito sensível, muito efetiva, e inclusive fazendo com que a própria história do SBT tenha um pouquinho de Chaves.

A homenagem gravada termina com o mesmo trecho que encerrou minutos antes a matéria feita com personagens do fã-clube, com um excerto do depoimento de Bolaños dado ao grupo que o visitou em 2011 e imagens do *flashmob* organizado para o América Celebra a Chespirito, em 2012. Ao final, Joseval Peixoto cita o poeta mineiro Guimarães Rosa: “Chaves agora está encantado. Frase de Guimarães Rosa: as pessoas queridas não morrem, ficam encantadas. Boa noite.”. Já Rachel Sheherazade anuncia que, logo depois da novela Chiquititas, que iria ao ar logo na sequência do jornal, seria exibido um especial, chamado “Obrigado Chaves!”. O jornal termina com a música Jovem Ainda, muito famosa na dublagem brasileira da série, enquanto imagens em preto e branco juntamente com trechos do clipe da música são exibidos.

Depois da novela, como anunciado, foi ao ar o especial. Imagens de diversos episódios com os personagens chorando, embalados pela música Mum, de John Fiddy, precedem a locução, em tom baixo e muito pesaroso, que assim dizia:

Hoje, eles tem motivo pra chorar de verdade. Perderam o pai. O gênio que criou todos estes personagens. Roberto Gómez Bolaños, aos 85 anos, se despediu da vida e de uma carreira brilhante. Foi escritor, compositor, comediante e diretor. Inventou historinhas bem gostosas de se ver.

Segundos depois entram na tela cenas do América Celebra Chespirito, com o locutor enfatizando que ali o ator já estava “bastante debilitado de saúde”, acompanhada pela cantora Thalia, que entoava uma canção composta especialmente para Bolaños. O especial ainda contou a origem do apelido Chespirito, como se deu sua entrada no mundo do rádio e da televisão e o surgimento do personagem Chapolin Colorado. Ademais, o especial afirma que a maior inspiração de Bolaños era o ator inglês Charles Chaplin, de onde tirou a ideia de criar uma nova série de tv, simples e com situações cotidianas para todas as pessoas, que virou sucesso e continuar sendo exibido em dezenas de países até hoje.

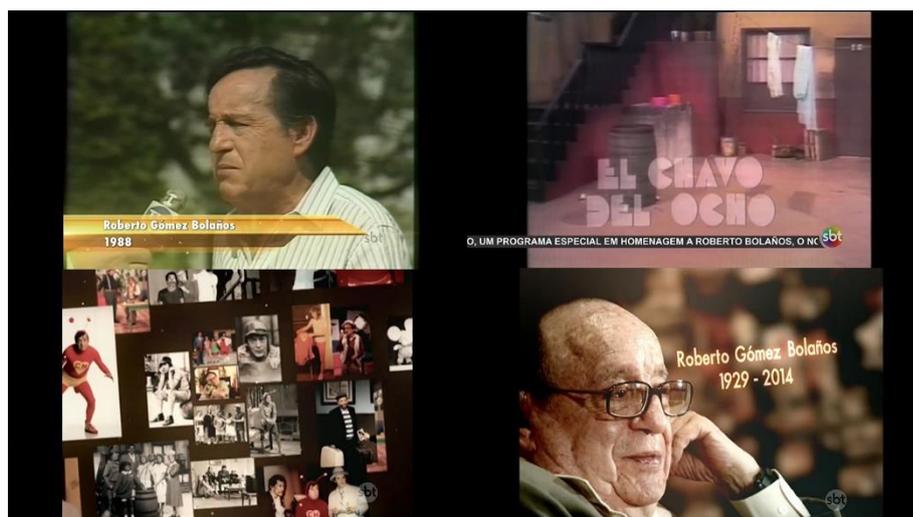
Aqui, é exibida a abertura do programa Chaves em sua língua original. Por quase nove minutos, o foco do especial se volta para o personagem, contando como foi utilizado para mostrar o drama das crianças carentes de toda a América Latina, que precisa de uma solução, e

que muitas vezes surpreendia o público em suas histórias, sempre dialogando com imagens dos episódios da série que corroboram com a locução. Por fim, o especial se volta à figura de Bolaños, afirmando que o ator “cumpru sua missão na arte, fez história, sucesso e ganhou prêmios. Com depoimentos de Edgar Vivar, Florinda Meza e Maria Antonieta de Las Nieves falando sobre a importância de seu mestre, o locutor assim completa sua participação:

E nós seguimos, há quase 30 anos, seguimos e amamos. Roberto Bolaños foi um artista genial e admirável porquê conseguiu transformar a dor em humor. Foi assim que ele conquistou todas as gerações. Um fenômeno de audiência que nunca envelheceu. E nunca vai morrer também. Só vai deixar saudades, muita saudade.

Por fim, parte de um depoimento de Chespirito ao apresentador Ratinho – que mais tarde também homenagearia o ator – onde declara todo seu amor ao Brasil realça ainda mais o ar triste que a homenagem conteve. Ao final do depoimento, uma imagem que também aconteceu na entrevista a Ratinho foi exibida em câmera lenta: Bolaños abraça um boneco do personagem Chaves, num pleno encontro entre criador e criatura. Sob a música Mum, de John Fiddy, a imagem se congela e se transforma em um pequeno quadro, que em uma vinheta gráfica compõe diversos espelhos aparecem de fundo para uma foto de Bolaños, em efeito sépia, que ladeia seu nome escrito acima de seus anos de nascimento e morte.

Imagem 20 – Homenagem “Obrigado, Chaves”



Fonte: SBT/Reprodução.

No sábado, a homenagem começou cedo: a partir das 6h01, vinte e um episódios foram exibidos até as 14h05, sendo quinze de Chaves, quatro de variados personagens e apenas dois

de Chapolin Colorado. Durante esse período, a marca d'água do SBT, que normalmente é transparente, ganhou o gorro do Chaves, ficando com ele durante a exibição do especial. Entretanto, é nos intervalos comerciais que se concentram os destaques do SBT à morte do comediante;

Ao invés da vinheta de saída para o intervalo que normalmente é utilizada, a emissora decide utilizar os últimos 8” do vídeo “Obrigado Chaves” exibido no dia anterior para servir de ponte para o comercial, com a mudança de que ao invés da foto de Bolaños e das datas de nascimento e morte, uma fotografia de Chaves ladeada pelos dizeres “Obrigado Chaves”; essa mesma vinheta já tinha sido usada na noite anterior, durante a exibição do Programa do Ratinho. Na volta do intervalo, vídeos de pouco mais de um minuto com depoimentos de celebridades mescladas com entrevistas de Bolaños e trechos dos episódio compõem as características imagéticas.

Essas produções em especial normalmente começam com uma trilha triste – como as trilhas utilizadas na dublagem MAGA By The River, Time for Bed e Mum – e são seguidas do depoimento do personagem famoso, que se mistura com trechos dos episódios. Com aproximadamente 30” de vídeo, o aspecto deste muda: uma música de fundo mais alegre, em específico a composta pela emissora para a paródia feita do programa Chaves em 2013, e as falas do entrevistado passam a lembrar como Bolaños foi importante para o SBT, como seu sucesso continua intacto ou até mesmo sobre o papel fundamental na divulgação de problemas sociais na América Latina. Ao final do vídeo, um fundo cromado no mesmo estilo da vinheta de abertura, onde a logo do SBT surge em suas cores utilizadas atualmente juntamente ao gorro de Chaves, colocada logo acima do slogan da empresa: #Compartilhe.

Os personagens entrevistados foram basicamente os mesmos daquele especial exibido dentro do SBT Brasil, sem depoimentos de Maísa Silva e com a adição do empresário e apresentador de televisão João Dória Jr. É bom lembrar que nenhuma destas entrevistas foi feita após o anúncio do falecimento de Bolaños, e sim mais de três anos antes, quando um episódio da série “Festival SBT 30 Anos” se dedicou a falar sobre as séries de Roberto Bolaños exibidas no SBT. Mais uma vez, destacaremos uma parte da fala do jornalista Hermano Henning, que expressa o sentimento do SBT para Roberto Bolaños:

Não apenas o Chaves, mas também todos os seus personagens que vivem essas histórias tão fabulosas mas tão simples, que eu acho que é aí que está o segredo do Chaves. E aí que está o segredo do SBT também. Eu acho que as coisas se juntaram né, numa união muito feliz, SBT e Chaves.

Durante a transmissão, por algumas vezes uma tarja foi colocada na parte de baixo da tela, onde alguns tweets aleatórios comentando a morte de Bolaños eram exibidos. Em sua maioria, eram usuários normais do Twitter; provavelmente o único tweet de alguma celebridade foi o do pugilista Esquiva Falcão. Em suma, as mensagens apresentavam a tristeza da população, que também elogiavam o SBT pela grande homenagem feita e diziam que Bolaños ficaria para sempre no coração dos brasileiros.

Imagem 21 – A manhã de sábado no SBT



Fonte: SBT/Reprodução.

Outro momento de destaque se deu por volta das 11h30 da manhã, quando a emissão dos episódios foi interrompida para um boletim informativo de dois minutos e cinquenta e um segundos, onde a repórter Juliana Maciel anuncia: “Quico se despede de Chaves”. Com um pequeno texto de introdução, ela lê um post da rede social Facebook onde o ator Carlos Villagrán se despede de Chespirito:

O ator Carlos Villagrán deixou uma mensagem emocionada no Facebook, agradecendo o amigo Roberto Bolaños. O texto diz: “Hoje fiquei mais longe do telefone, e quando retornei, havia 71 chamadas perdidas pra me dar a triste notícia da partida de Roberto Gómez Bolaños. Sinto muito pela morte de um grande homem, amigo e gênio. Tantos países e tantas pessoas que foram tocadas pelo talento dessa grande pessoa, que me abriu as portas para desenvolver o personagem Quico. Para ele, todo o meu agradecimento, a minha tristeza e a minha dor. Somente quando se vive a realidade de uma ausência se descobre o verdadeiro sentimento de uma amizade e de um grande mestre”. Outras informações você confere durante a nossa programação e a cobertura completa hoje à noite no SBT Brasil.

O SBT vinha, desde a noite de sexta, dando mostras da importância dos seriados de Bolaños para a construção de sua identidade perante o público brasileiro, mesmo sendo Chaves e Chapolin produtos estrangeiros. Isso denota a força que o meio televisivo pode ter na construção de uma identidade global, que transpassa fronteiras e une diversos povos sem se preocupar com a distância geográfica. Assim, a apropriação feita pela emissora de um personagem estrangeiro em nada pode ser estranhada, já que a identificação do canal com uma grande fatia de seu público, o infantil, se deve também pela linguagem atemporal das séries de Chespirito. Também é importante destacar que, assim como colocou Ianni (1997), a televisão é uma das principais cabeças do processo de globalização, já que tal processo se deve também à evolução tecnológica dos meios de comunicação, da qual faz parte e ajuda a construir.

A edição do dia 29 de novembro do noticiário foi totalmente dedicada à morte do ator e comediante Roberto Bolaños, com matérias, depoimentos, artes e informações novas produzidas especialmente para aquela edição, apresentada por Cynthia Benini e Analice Nicolau. Indo ao ar às 19h42, logo depois da exibição noturna de Chaves, assim foi a escalada do jornal:

Cynthia: Os preparativos para o velório de Roberto Gómez Bolaños.

Analice: Despedida deve atrair multidão ao estádio Azteca na Cidade do México [imagens da chegada do caixão à Cidade do México e do estádio].

Cynthia: Chespirito ou pequeno Shakespeare? [imagem de Dr. Chapatín]

Analice: Um gigante de múltiplos talentos, principalmente o de fazer rir [imagens de Chespirito].

Carlos Alberto de Nóbrega: O Chaves, esse realmente é o rei do humor.

Cynthia: Os depoimentos de artistas sobre o ator [imagens do apresentador Ratinho].

Fábio Porchat: [...] Era um tipo de humor *naive*, ingênuo, inocente. E isso é muito bom, porque é tipo de humor que funciona para todo mundo [cena de Chapolin Colorado sendo atingido por um saco de areia].

Analice: Memorial da América Latina em SP será palco de homenagem e intérprete de Chaves e Chapolin [imagem de Chespirito abraçando o boneco de Chaves seguidas por cenas curtas dos dois personagens].

Cynthia: O criador do site que reúne uma legião de fãs [imagens da homepage do site Fórum Único Chespirito]

Antonio Purcino: Valores como amizade, fraternidade, o amor, simplicidade

Analice: E um passeio pelo RJ com os dubladores que ajudaram a eternizar os personagens de Bolaños.

Após a vinheta de abertura, as apresentadoras desejam boa noite ao público e começam a anunciar as primeiras notícias. Em comparação ao telejornal do dia anterior, estas são menos objetivas em relação à morte do comediante, como por exemplo foi a fala de Cynthia Benini que abriu o noticiário: “Lenda e gênio da comédia. Assim a imprensa internacional definiu Roberto Gómez Bolaños, o criador dos personagens Chaves e Chapolin Colorado”. Na sequência, Analice Nicolau anunciou que o velório do humorista seria no domingo no estádio Azteca, a partir das 16h de Brasília, dando a deixa para a entrada da reportagem de Patrícia Vasconcellos, direto de Buenos Aires.

A matéria de quatro minutos e trinta segundos destacava o sucesso de Bolaños por mais de trinta anos no SBT, o carinho de várias gerações com o comediante e a reação dos jornais da América Latina com o seu falecimento. Com frases carregadas de juízos de valor, como “o maior artista mexicano”, a reportagem também ouviu uma habitante da cidade argentina, mostrou a repercussão no Twitter e deu mais detalhes acerca da morte de Bolaños, dizendo que sofria de problemas respiratórios a alguns anos e que recentemente uma de suas filhas, Paulina Gómez, havia postado uma foto naquela rede social onde Chespirito respirava com ajuda de aparelhos. Já a reportagem seguinte, com três minutos e treze segundos, destacava um grupo de fãs que sempre se reúne para assistir os episódios, usando tal artefato para anunciar a homenagem que o SBT organizava no Museu da América Latina, em São Paulo, no domingo.

Logo depois da segunda matéria, uma nova série de entrevistas era introduzida na programação, sendo utilizada dentro do SBT Brasil por três vezes, trazendo depoimentos de famosos sobre a morte de Bolaños. Desta vez, as gravações foram feitas depois da morte do comediante e com outros artistas, inclusive de outras emissoras, como os humoristas Nelson Freitas, Fábio Porchat e Marcelo Adnet. A estrutura de todas era basicamente a mesma: imagens do personagem Chaves adentravam a tela em menos de um segundo, quando uma foto de Roberto Bolaños aparecia estática ladeada pela direita com um retrato do personagem Chaves sobreposta por seu nome completo e data de nascimento e morte completas, com dia, mês e ano. Uma trilha impactante, com sons de sinos, algo que facilmente lembra a morte, indicavam o teor do depoimento do artista, que por cerca de dez segundos agradecia os feitos de Bolaños ou relatava os principais feitos alcançados por seu humor, quando entravam cenas de episódios ou de Chaves ou de Chapolin por quatorze segundos. A vinheta final era especificamente a mesma da abertura.

Outras matérias envolvendo o falecimento de Bolaños permeariam o noticiário durante sua meia-hora de duração, relatando por exemplo a programação especial que fez a Televisa durante todo o sábado, a reação da internet sobre a morte de Chespirito, entrevistas com o

dublador Daniel Müller e com autores de obras sobre Chaves, como Luis Joly e Pablo Kaschner. Próximo ao fim do jornal, a âncora Cynthia Benini lembrou aos fãs de Chaves da exposição de uma réplica da vila do Chaves que aconteceria na manhã seguinte, organizada pelo SBT e que durante todo o domingo recebeu atenção da programação especial que seria montada.

Imagem 22 – O SBT Brasil do dia 29/11/2014



Fonte: SBT/Reprodução.

Desse modo, a programação do domingo no SBT foi totalmente modificada, com foco quase que exclusivo à cobertura da morte do ator Roberto Bolaños com direito à inserções do departamento de jornalismo do SBT dentro de programas de entretenimento, além de uma enviada especial à Cidade do México – no caso, a experiente repórter Magdalena Bonfiglioli. Próximo às 14h, o programa Eliana, apresentado por Eliana Micciarini entra ao vivo, algo raro para um programa que costumeiramente vai ao ar em edições gravadas. Depois de algumas brincadeiras na transição do Domingo Legal, apresentado por Celso Portioli, Eliana muda o semblante e o programa parte para uma linha de dramatização, com músicas de fundo tristes e falas pausadas da apresentadora. A primeira fala de Eliana já sob o comando de seu programa assim aconteceu:

Boa tarde Brasil. Hoje estamos ao vivo em função da morte de Roberto Bolaños, o criador do Chaves e do Chapolin. A partir das 16h começará, na cidade do México, uma linda homenagem a ele. Nós estaremos diretamente de lá com a repórter do SBT Magdalena Bonfiglioli [...] Vamos saber tudo o que está acontecendo, o México parou, não só o México, o mundo parou, o Brasil parou. Nós temos muitos fãs aqui na plateia, e temos também muitos fãs famosos que já já, hoje, Danilo Gentili, que sabe muito bem o que é fazer humor, estará aqui conversando com a gente e falando um pouco da sua paixão do Chaves.

Imagem 23 - Eliana e Carlos Nascimento



Fonte: SBT/Reprodução.

Pouco depois, passa a dividir a transmissão com Eliana o jornalista Carlos Nascimento, que está em um estúdio separado, de onde acompanha a transmissão do Canal de Las Estrellas e recebe as instruções de como comandar a atração. Na primeira de suas inserções, Nascimento pondera que aquela é “uma tarde triste, mas [seria] uma cobertura muito merecida pelo autor e pelo intérprete do Chaves e do Chapolin”, que merecia “todo nosso amor, toda a nossa homenagem, e todo o nosso respeito”. Ainda neste primeiro momento, o jornalista afirma que toda a cerimônia, desde a missa de corpo presente no sábado até a homenagem no Azteca, estava sendo feita de improviso, já que não havia muita divulgação dos eventos que permeariam as homenagens, deixando claro que vários desencontros de informações estavam sendo acompanhados desde o falecimento do ator, na sexta.

Minutos mais tarde, imagens aéreas e por terra acompanhavam a exposição feita pelo SBT no Memorial da América Latina. Como a maior parte da cobertura feita neste local foi feita ainda dentro do Domingo Legal, poucas inserções foram feitas de lá no programa Eliana: de todos os modos, o repórter Dalisson Dutra revelou, em sua primeira participação na atração vespertina, que o sentimento era de tristeza por participar daquela cobertura:

[...] Eu confesso que eu hoje, nesse domingo eu preferia estar em casa, descansado, curtindo meu fim de semana. Porque eu não queria de forma nenhuma dar uma notícia tão triste que deixou milhares de brasileiros órfãos. Pessoas que adoravam o programa do Chaves, que fez história na TV [...] mas infelizmente como jornalista, é o nosso dever estar aqui mostrando essa história triste. Mas tem muitos momentos de alegria porquê foram muitas histórias lindas que a

gente acompanhou, e aqui no Memorial da América Latina tá acontecendo uma homenagem mais do que justa ao Roberto Bolaños [...]

Após a inserção direto do museu, o cantor Eduardo Costa participa da atração por poucos minutos, declarando que desde pequeno assistia a atração, destacando que “Chaves” ensinava que, para ser feliz, não era necessário ter dinheiro, e todos os seus personagens era simples e alegres, sendo assim muito fácil rir das mesmas coisas depois de tanto tempo. Outro momento de destaque foi a participação do pianista Fabrício de Paolo, conhecido como “Vinheteiro”, que vestido de Quico tocou em um piano disposto no canto do palco três trilhas musicais da dublagem MAGA de Chaves, enquanto Eliana reafirmava que o Brasil estava muito triste mas também feliz, pois a obra de Chespirito era eterna.

Aliás, é importante destacarmos que muitas trilhas que compuseram o leque musical da dublagem MAGA dos seriados de Bolaños foram utilizadas para corroborar – e colaborar – com a atração que seria carregada de emoção. Grande parte destas produções eram composições tristes, melancólicas e que facilmente remetiam aos momentos de tristeza vividos pelos personagens dentro dos programas. Apenas em momentos que divergiam do luto, como a entrada de convidados no palco, a trilha era feliz, animada, utilizada em momentos divertidos dos seriados.

A participação de Fabrício é interrompida para a transmissão do início do cortejo dos restos mortais de Bolaños. Carlos Nascimento informava que o corpo deixava os estúdios de San Ángel da Televisa, além de relatar como seria o trajeto a ser percorrido pela carroça fúnebre. Com a imagem do Canal de Las Estrellas focando os homens trajados de preto carregando em seus ombros o caixão de Bolaños, Eliana visivelmente se mostrava emocionada, falando em alguns momentos com a voz embargada. A apresentadora a todo instante realçava a tristeza que aquelas imagens transmitiam, dizendo que “o Brasil inteiro chora”, mesmo reconhecendo que a principal alegria de Bolaños era ver o sorriso no rosto das pessoas.

Imagem 24 – Eliana se emociona com cortejo de Roberto Gómez Bolaños



Fonte: SBT/Reprodução.

Próximo às 14h35, a repórter Magdalena Bonfiglioli faz sua primeira inserção direto do México, em especial neste momento direto dos estúdios da Televisa San Ángel. Interessante destacar que, por diversas vezes ao longo da transmissão, Magdalena afirma que as obras de Bolaños são eternas, apesar de que muitas vezes se referia ao defunto como Chaves, dizendo por exemplo “O corpo de Chaves”, “o velório de Chaves”. Eis aqui seu primeiro boletim ao vivo:

Estamos nos estúdios da Televisa, em San Ángel, que foi a verdadeira casa do Chaves, de Roberto Bolaños, aqui no México foi a Televisa. É exatamente daqui que neste momento que já começa todo o [inaudível] para retirada, para a saída do corpo de Chaves, daqui da Televisa. É a sua despedida deste lugar onde ele viveu, onde ele foi escritor, ator produtor e diretor. Foi aqui que ele passou essa noite. E agora, o corpo vai se dirigir ao estádio Azteca onde toda a população do México está esperando por ele. São milhares e milhares de pessoas.

Durante a sequência da transmissão, Magdalena e Carlos fazem as vezes do jornalismo, trazendo diversas informações e curiosidades acerca da cerimônia e da vida de Roberto Bolaños, enquanto Eliana se dedica a fazer comentários sobre o que se transmitia, estando posicionada de lado para a câmera para poder assistir nos monitores o percurso que o carro faria, com olhar profundo e fala pausada. Do México, a enviada relata por exemplo a presença das estátuas dos personagens Chaves e Chapolin e as pessoas nas ruas “completamente emocionadas” para acompanhar o cortejo, estando Dona Florinda – a personagem sempre era citada ao invés de Florinda Meza – em um carro logo atrás ao que levava o corpo.

Carlos Nascimento, por sua vez, comentava que os programas de Bolaños eram os grandes responsáveis pela exitosa exportação de telenovelas realizada pela Televisa desde os anos 70, já que estes abriram as portas do mundo para as produções mexicanas. Além disso, o jornalista informava que o velório acontecia em meio a uma grave crise política no país, causada pelo desaparecimento de 43 estudantes no mês de setembro; deste modo, o México já estava sensibilizado antes do falecimento do ídolo nacional, fazendo este fato apenas contribuir para o momento de pesar vivido pelos mexicanos.

Outro momento de clara emoção da apresentadora Eliana se deu com a exibição de trechos de uma Twitcam²² realizada por Bolaños cerca de um ano antes de sua morte: em determinado momento, o ator e sua esposa se beijam para os milhares de espectadores que os acompanhavam online. Com a tela do SBT dividida, foi mostrado o semblante emocionado da apresentadora, enquanto seus olhos marejados recebiam uma aproximação da câmera. “Muito emocionada pelo amor dos dois”, resumiu para os telespectadores.

Próximo à metade da transmissão, o humorista Danilo Gentili é convidado para entrar no palco ao som de Mechanical Toys, uma das poucas trilhas alegres tocadas ao longo do programa. Conhecido por ser um dos apresentadores mais informais da televisão brasileira, destrinchou alguns comentários durante a transmissão que inclusive brincavam com o fato do SBT repetir, por tantas vezes e por tanto tempo, as séries de Roberto Bolaños.

Eu sou muito fã. *Tô* sentido, não é? Acho que uma das pessoas que eu mais fui fã, que estava viva. Porque eu só sou fã de morto, que quando eu virei fã já não *tava* mais viva né? Chaplin, Groucho Marx, mas eu acredito que [Chespirito] é uma das últimas lendas desse calibre especial [...] e você vê o tamanho do velório, o tamanho do amor de todo mundo. Não é só no México, não é só no Brasil. Porque as pessoas podem dizer assim “ah mas o SBT também, reprisa todo dia, por isso que todo mundo gosta”. Não! Em todos os países as pessoas amam, em todos os países é reprisado até hoje.

²² Serviço de transmissão de vídeos acoplado com a rede social Twitter.

Imagem 25 – Danilo Gentili adentra o palco estilizado do “Eliana”



Fonte: SBT/Reprodução.

Poucos minutos depois, a repórter Magdalena Bonfiglioli faz uma nova inserção dentro do programa de Eliana, desta vez já com um link estabelecido direto de uma das cabines de imprensa do estádio Azteca, de onde aguardava a chegada do “corpo de Chaves”. Próximo das 16h15, o corpo enfim adentrava o estádio: acompanhada de uma trilha bucólica, os três comandantes da atração – Eliana, Nascimento e Bonfiglioli – pouco falavam, pois como disse Eliana, “é um momento de se calar também, dizer o que diante de uma imagem dessas”. Nascimento relatava apenas pontos importantes, como a comoção no rosto dos familiares de Chespirito e que, apesar de todo o momento de respeito, era uma “despedida festiva”, pois Chaves e Chapolin representaram, acima de tudo, alegria na vida das pessoas, e aquele momento não poderia ser diferente.

Apesar de contar com uma câmera posicionada na cabine, o SBT, na grande parte do tempo, preferiu manter as imagens do Canal de Las Estrellas para relatar melhor o que estava acontecendo, já que a emissora mexicana possuía dezenas de câmeras espalhadas por todo o estádio e melhor podiam disponibilizar uma ampla visão do que acontecia por lá. Em determinado momento, o SBT chega a manter a imagem do canal 2 mexicano em direto por quase dez minutos, interrompidos apenas por alguns comentários de Eliana e Gentili, se utilizando de um tradutor que contava, em português, o que era falado na transmissão. Estes comentários, apresentados logo após o vídeo “Gracias Por Siempre Chespirito”, confirmavam a tristeza emitida pelo SBT e a importância de Bolaños para todos os que acompanhavam aquela transmissão:

Gentili: [...] Você vê que ele é um herói. Não só pela obra dele mas também o que ele fez também no bastidor. [...] É um herói nacional, é uma lenda, é um herói que a gente tá vendo ir embora.

Eliana: Mas como é difícil a gente entender a morte. A gente não quer se despedir de quem a gente ama [...].

Gentili: Mas o importante é que a criação dele é imortal. [...] Isso poucos podem fazer. E imortal em muito lugar do mundo, muitos países adoram o trabalho que ele fez.

Imagem 26 - Magdalena Bonfiglioli direto do estádio Azteca



Fonte: SBT/Reprodução.

Ademais, o SBT traduziu diretamente dois especiais exibidos pelos canais do Grupo Televisa durante o sábado e o domingo: o primeiro deles falava sobre o grande sucesso do trabalho de Bolaños ao longo de toda a sua carreira; e o segundo contava a paixão do comediante pelo futebol, fazendo diretas referências aos filmes da saga *El Chanfle*, estrelados por sua trupe entre o fim dos anos 70 e 80, e que no Brasil são desconhecidos do Grande Público. Outras imagens de arquivo são exibidas, como trechos de entrevistas de Chespirito aos apresentadores Ratinho e Gugu Liberato.

Entretanto, próximo ao final do programa, o ambiente se transforma de um minuto para outro: Eliana exibe um VT e convida para o palco integrantes do grupo de funk Bonde do TNT, que criou uma música desse ritmo baseada em bordões do personagem Chaves. Sem exibir mais imagens do que acontecia no México, a apresentadora brincava com Danilo Gentili, dançava ao som da música e conversava com os cantores. Na sequência, uma família entra ao palco e, desde o mais velho até o mais jovem, todos estavam vestidos como personagens criados por

Roberto Bolaños, ilustrando que o trabalho de Bolaños transcendeu gerações devido ao seu talento e às exibições do SBT ao longo de 30 anos.

O evento que acontecia no México foi parcialmente deixado de lado por quinze minutos e vinte e dois segundos. No momento em que a família deixava o palco sob os aplausos, Eliana novamente entristecia o semblante e afirmava:

Em meio a essa alegria, a esse amor todo, das crianças de todo o Brasil pelo Chaves, voltamos ao México [neste momento, a tela volta a ser dividida com imagens do México]. Num momento de oração, num momento de despedida. Lembrando que a obra ficará para sempre [...] [...] É um momento de tristeza. Mas por um lado, que bom que Bolaños fez seu trabalho com tanto amor e tanto respeito ao público, e deixou esse legado. Certamente a sua família, a sua esposa, devem estar orgulhosos de ver esse amor tão grande de todo o seu público. Aqui no palco, a gente vê o exemplo de uma criança de quatro anos de idade curtindo, vivendo a alegria do personagem. A família inteira riu e se divertiu com a obra de Roberto Bolaños. [...]

Sem conseguir contato com Magdalena Bonfiglioli, Eliana se despede de Carlos Nascimento e de Danilo Gentili, exibindo novamente o trecho da entrevista de Chespirito com Ratinho, onde o comediante afirma amar o Brasil.

5.4 Análises gerais

Em primeiro lugar, é importante avaliarmos como a morte foi tratada pelas coberturas tanto de FOROtv quanto de SBT. Em determinadas situações, as duas coberturas seguiram uma mesma linha de raciocínio no tratamento da morte, mas em alguns momentos construíram-se perfis de cobertura deveras antagônicos. Enquanto o FOROtv encarava a morte de Chespirito mais como um momento nostálgico e responsável por sentimentos que beiravam o espectador a crer que o comediante era imortal, o SBT assumiu muito mais o papel informativo de modo objetivo e a superutilização dos conceitos ligados à tristeza e à morte carnal. Muito disso se observa na programação do primeiro dia de ambos os canais: o FOROtv se pautava por VTs que lembravam a memória de Chespirito em seus melhores momentos enquanto humorista, comentários com embasamento sentimental e por vezes antropológico do entendimento do contexto em que seus programas foram produzidos; já o SBT transparecia tratar a morte do ator como foco da informação, utilizando-se de informações objetivas e de estruturas de linguagem que a todo momento realçavam o morrer, utilizando-se muito de palavras como “tristeza”, “luto” e “morte”.

Mesmo quando o tom da transmissão da emissora de Silvio Santos transparecia menos “fria”, a emotividade utilizada na emissão de informações utilizava-se de tons até melodramáticos, usando a expressão de Canclini (2011) para designar as telenovelas feitas na América Latina a partir dos anos 1970. O maior desses exemplos é o programa Eliana, que no domingo, não se cansava de fazer uso da linguagem triste, tanto dos apresentadores quanto das trilhas musicais, muitas delas utilizadas nas dublagens de Chaves e Chapolin, além da exposição do choro dos animadores ao ver um caixão do ídolo; entretanto, em um piscar de olhos, as lágrimas se transformam em sorrisos. A utilização de depoimentos gravados em outras situações, mais precisamente três anos antes, e em uma outra situação, que visava apenas uma homenagem, mas que por elementos audiovisuais conseguem ter sua fala transformada em um perfeito relato sobre a morte do personagem alvo da cobertura, são um pouco do que o SBT produziu nesta cobertura.

Podemos até dizer que em alguns momentos, a morte foi “do céu ao inferno”: na maior parte do tempo, ela se destacava em sua forma exibicionista, cruel, que tira do mundo o herói de várias gerações e de um país inteiro, que estava “de luto”; em outros, ela é apenas um elemento que é comum a todos nós, podendo levar o moribundo em seu final de vida, mas que nunca levará sua obra construída. Durante os três dias, tais construções foram bem observáveis, mas podemos destacar o que se fez no sábado de manhã na emissora de Silvio Santos: a emissora podia retornar do intervalo com uma trilha triste, imagens escuras, com um depoimento emocionado de uma personalidade: em um segundo, a trilha já era outra, em tom mais vibrante e alegre, rememorando que o ator e o SBT tem uma estreita ligação, e que um completa o outro; ou que Bolaños foi um gênio do humor, dentre outras situações. Além, claro, de o clima triste no entorno da morte facilmente era subvertido pelos inúmeros episódios cômicos exibidos naquele dia.

Em FOROtv, por sua vez a imagem passada foi outra, bem diferente da que se pôde observar na cobertura da emissora brasileira. Em todas as homenagens, informações, vinhetas especiais e artes gráficas, transpassava-se não a imagem do luto, mas sim a imagem do respeito e do legado que Chespirito deixava na vida terrena: agradecer para sempre seu trabalho, utilizar efeitos sonoros que lembram a comédia pastelão da metade do século passado e desenvolver uma reflexão sociológica e cultural que vá além do “menino pobre que está em todos os lugares da América Latina”, como o que se viu nos especiais veiculados no sábado pela manhã, é louvável. Omitir a morte e a tristeza da fala dos apresentadores das transmissões o máximo possível, vendo muito mais aquela oportunidade para se enaltecer o trabalho em vida de Bolaños e como um espetáculo cujo qual o “grande nome da comédia mexicana” fez por

merecer foi outro ponto a se salientar dentro da cobertura mexicana, como se viu presente durante a grande parte das falas que tiveram de ser improvisadas na programação de sexta-feira.

Independente da avaliação de uma cobertura e outra, ambas abarcam o que foi dito ao longo deste trabalho sobre a morte na mídia e o tratamento dado em específico aos falecimentos únicos que superam centenas de outros costumeiros. Mouillaud (2002) afirmava que a Grande Morte na mídia substituíria a morte de serviço pela sua qualidade, em detrimento da quantidade, sendo dado a ela grande destaque pelo seu ineditismo e importância, assim como Barbosa (apud NEGRINI, 2012, p. 5) constata que são estes acontecimentos que merecem o destaque da mídia, com espetáculos midiáticos e exposição do auge da vida do falecido, cultuando sua memória em detrimento da morte.

Foi exatamente isso que pode ser constatado a todo momento pelas coberturas tanto de FOROtv quanto de SBT: Chespirito era um ídolo de ambos os países, mesmo que por vezes a emissora paulistana se apropriasse de sua imagem quase que de modo antropofágico²³, e pela sua significação cultural de extremo valor, merecia todas as homenagens preparadas. E isso podemos falar sem tomar partido de causas: avaliando friamente, se não fosse pela exportação exitosa de seus programas nos anos 1970, o mercado externo da Televisa não alcançaria o patamar de maior produtor de conteúdo televisivo de língua espanhola do mundo; e no caso do SBT, se não fosse pela insistência de Silvio Santos e Marcelo Gastaldi em apostar no produto, considerado fútil e de baixa qualidade pelos sócios da emissora, a audiência do canal teria sucumbido às outras emissoras por dezenas de vezes durante os últimos 34 anos, e provavelmente não haveria tamanha identificação do público com o material produzido pela Televisa no país.

Entretanto, mais que dar significado à morte, os *media* amplificam suas características; a cobertura por eles realizadas nada mais é do que a extensão da dor momentânea que se sente com a partida do outro. Oliveira (2005, p. 1961) detalha:

Olhar a morte dos outros torna presente o mistério da nossa própria finitude – que é, por instantes, o mesmo que dizer, o mistério das nossas mais intrigantes crenças. Atravessando os dias da nossa maior tristeza, os *media* exaltam a dor como experiência de comunicação, a pôr, portanto, em comum. Desempenhando um papel que é também o de ser parte do ambiente do acontecimento, o público não é, no entanto, um agente passivo da emotividade gerada pela informação. São as suas próprias emoções que, tecnologicamente estendidas, fazem da morte um dos pontos de focagem prediletos dos meios de comunicação social. Talvez difícil de padronizar, contudo, o conhecimento dos efeitos sobre o público ajudaria a compreender por que é que os *media* nos mantêm olhando a morte dos outros.

²³ BAITELLO apud COSTA, 2009-2010, p. 13.

Entretanto, nada pode dizer mais sobre a mobilização de tantos países ao redor do globo para homenagear a figura de Bolaños do que o mito construído pela mídia e arraigado na identidade dos povos, principalmente brasileiros e mexicanos. Partindo do pressuposto de que a sociedade em que vivemos nos dias atuais cada dia mais se desprende do indivíduo nacional e transforma o todo em sua volta no âmbito global, a televisão constrói importante papel na criação da nova realidade. Conforme destaca Ramonet (apud IANNI, 1997), a televisão abarca inúmeras tecnologias que fizeram com que se tornasse um meio mais ágil, tornando-se o centro de poder na criação dos conteúdos midiáticos. Assim, é ela quem dita o que deve ser seguido pelos outros *media*, já que a sociedade moderna não aceita o que não está baseado em imagens: o impacto provocado por uma imagem não pode ser superada por mais nada que é produzido e veiculado.

Desta feita, Colvara (2007, p. 38) destaca que a programação televisiva constrói uma “esfera de significados”, sobre a qual o sujeito que dela usufrui atribui sentidos de acordo com suas próprias experiências de mundo. “Ao averiguar as diferentes produções de sentido e as respectivas esferas de significação, percebe-se como os conteúdos (discursos) particulares da TV e as instituições sociais se articulam para o sujeito, em sua formação de sentido”. A respeito de identidade construído, Rocha (s.d., p. 2) destaca que tal modalidade é construída diariamente pelo processo de globalização, que acaba causando a criação de determinados grupos, que podem determinar os rumos de compreensão acerca da própria existência e interação.

Nesse sentido, as identidades se constroem e se mantêm a partir do processo resultante das interações que os indivíduos estabelecem entre si, na tentativa de compreenderem a si próprios, e de suas intervenções na realidade social. Identidades são, portanto, construções políticas e sociais que conferem aos indivíduos um sentimento de pertença ou uma identificação com uma coletividade mais ou menos imaginária.

Assim, podemos aferir à televisão o papel de construtora de uma identidade soberana frente aos outros meios de comunicação. Atribuir ao personagem Roberto Gómez Bolaños e às suas obras um nodo entre diversas pessoas ao redor do planeta não é, decerto, nenhum devaneio, como se pode observar o enfoque dado pelas duas emissoras no que concerne ao sentimento de um grupo de pessoas, seja a população de um país, apresentadores de uma cobertura ou os integrantes de um fã-clubes ao tratar o falecimento de Chespirito. Com essa situação, corrobora-se a ideia de que produções televisivas do ator concernem na criação de grupos identificados pelos elos de sentimento ao redor dos personagens, da mensagem social ou até mesmo dos

atores que contemplam o programa. Por fim, corroborando as ideias de Lopes (2010), a narrativa televisiva assume importante função cultural devido ao seu significado; a ficção imposta por ela configura um valioso material que serve como importante álibi para o estudo social de um determinado local, ocupando “lugar proeminente na esfera liminal das práticas interpretativas, entre realidade e fantasia, entre vivido e imaginário.”

Assim, também podemos corroborar com o que disse Ianni (apud BUENOS AYRES, 2013), quando podemos falar sobre a transculturação. No caso de Bolaños, a televisão foi grande responsável pela construção de uma cultura mundial, que transpassa as barreiras fronteiriças dos países, sendo deveras importante na junção e democratização de valores antes tidos como únicos e independentes. Aqui, faz-se visível que a obra de Bolaños alcançou patamares que vão além do inteligível para o geopolítico, sendo possível entender sua abrangência apenas pelos estudos ligados às ciências sociais.

Deste modo, avaliamos que, mesmo com suas diferenças culturais e com as várias vertentes utilizadas pelas mídias televisivas para encarar a morte, as coberturas tanto de FOROtv quanto do SBT aferem a teoria aqui proposta. A importância cultural, social e histórica que as obras de Chespirito nos mais diferentes meios alcançaram é, provavelmente, algo sem precedentes na história recente da televisão de uma determinada região do mundo: além de promover inquietações acerca do modo de se fazer um humor em equipe, completamente autêntico e inovador, onde todos possuem a mesma relevância, ela também dá o direito do humor questionar as mais importantes mazelas sociais e a partir disso permitir a fácil identificação de qualquer cidadão latino-americano em seus programas.

Além disso, as reflexões feitas pela linguagem audiovisual utilizada por Bolaños rendem inúmeros estudos acerca do alcance social que uma boa produção televisiva pode ter mesmo com baixos orçamentos: as inovações por ele traçadas com jogos de câmeras, uso de *chroma-keys* e jogos de palavras que captavam a atenção do espectador sem grandes apelos imagéticos foram alguns dos principais elementos que traçaram o sucesso de suas séries. Por suas obras não possuírem quaisquer endereçamentos para classes, profissões ou até mesmo países, Chespirito pode ser considerado um ídolo não apenas de México ou de Brasil, mas um ídolo que soube transpassar as barreiras nacionais e os preconceitos com produtos que possam não ter uma bela aparência, mas que contém conteúdo de qualidade. Hibridizando culturas, unindo povos através de uma única identidade e pegando a onda de uma globalização que é cruel com produtos que não falem a linguagem do mundo, Chespirito morreu podendo ser considerado por que não o que disse a jornalista Mercedes Dávalos, do FOROtv: “o maior de todos”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme explanado nas considerações iniciais, este trabalho contemplou algumas vertentes da comunicação. Dentre elas podemos destacar: os estudos culturais, acerca das análises de Nestor Garcia Canclini e Renato Ortiz e que abrangem a mundialização e a hibridização da cultura; o paradigma da sociedade moderna globalizada, explanada por Octavio Ianni e baseada nos estudos sociais acerca da transnacionalização; espetacularização da morte na mídia, que de acordo com autores como Canavilhas e Negrini acontece especialmente no telejornalismo; e o estudo de caso sob a tutela de Yin e Priest, que foram responsáveis por contemplar a análise do corpus.

Entretanto, esta monografia também fez importante trabalho acerca do registro historiográfico, tanto de emissoras quanto de eventos, que pouco ou em nada eram amparados por registros bibliográficos oficiais. Desta forma, a cronologia de dados apresentada tende a ser não exata, mas ao menos uma das primeiras nas informações acadêmicas acerca da morte de Roberto Gómez Bolaños, que devido ao curto espaço de tempo entre a produção desta e o acontecimento, pouco está registrada nos livros ou em artigos de comunicação.

No capítulo 4, também foi possível observar os vieses culturais da morte e a evolução de sua representação ao longo da história, baseando-se em autores como Philippe Ariés, além de explanar sobre a diferente visão que o povo mexicano tem da morte, muito por conta das influências indígenas ainda nas sociedades modernas.

Dentro da análise do estudo de caso, ficou claro que a televisão é responsável pela grande parte das criações de identidades culturais nos dias de hoje, por seu processo de modernização estar intrinsecamente ligado ao processo de transnacionalizações proposto por Ianni. Destarte, também podemos visualizar que as discussões acerca da criação de espetáculos televisivos se tornaram importantes para o entendimento das coberturas de FOROtv e SBT, e que permitiram uma maior explanação por parte do autor na produção de entendimentos acerca das discussões avaliadas ao longo do capítulo 5.

Os resultados apresentados propiciam algumas reflexões acerca do tema da criação ícones na mídia e o tratamento que recebem com o seu falecimento; o autor se viu realizado com a apresentação dos dados, avaliando que o modo como a cobertura foi feita foi algo inédito para os padrões modernos acerca da evolução das mídias e do tratamento da morte, sempre tratada com repulsa e ocultação. Não que isso não tenha ocorrido dentro desta situação, mas não apenas houve um silenciamento da morte: seus valores foram subvertidos, e ao invés da teatralização por aspectos negativos, como a dor e o luto, a herança cultural deixada por

Chespirito foi mais valorizada que o próprio acontecimento de sua morte. Assim, como se suspeitou desde o princípio, a morte de Bolaños foi tratada de modo especial, devido à sua importância cultural e econômica tanto para Televisa quanto para SBT.

Ademais, o estilo de programação totalmente modificado das emissoras permitiu observar como elas reagem sob a de eventos de natureza tão grandiosa quanto foi a morte de Bolaños, como por exemplo o espaço para comentários durante a programação, as vinhetas especiais e a cobertura do velório. Também ficou claro que o comediante falecido representa, apesar das diferenças entre as coberturas, um importante papel cultural e social para ambos os países, podendo até se estender para toda a América Latina, onde seus programas alcançaram os louros do primeiro lugar na audiência (MAIA, 2003) e souberam expressar a realidade de um continente ainda em desenvolvimento e, que até os dias de hoje, sofre com as agruras apresentadas há mais de quarenta anos em Chaves e Chapolin, como a pobreza e a inferioridade frente aos símbolos imperialistas das grandes nações.

A criação desta monografia foi um processo árduo e de difícil execução, em partes pela pouquíssima experiência e afinidade do autor para produzir textos acadêmicos. Ademais, a bibliografia historiográfica era muito escassa, sendo necessária muita pesquisa para se obter êxito nas análises aqui expostas. Entretanto, o autor fica satisfeito com os resultados e com seu próprio desempenho, pois este desenvolveu um trabalho do qual se sente orgulhoso em ter realizado em parceria com sua orientadora, superando as dificuldades com o texto acadêmico e com a análise geral.

Por fim, cremos que este é um trabalho que pode auxiliar os entendimentos futuros acerca do estudo de caso em grandes coberturas, mais especificamente em coberturas que envolvam a morte e o morrer. Entretanto, este trabalho, acima de tudo, serve para ressaltar que estudar a morte é, acima de tudo, guardar pela memória dos falecidos, e que a obra construída em vida por Roberto Bolaños siga sendo tão valorizada pelos meios de comunicação assim como sua morte foi.

REFERÊNCIAS

‘#CHESPIRITO’ se vuelve el primer trending topic a nivel mundial. 28 nov. 2014. Disponível em <<http://www.cnnmexico.com/tecnologia/2014/11/28/chespirito-se-vuelve-el-primer-trending-topic-a-nivel-mundial>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

“11 Y 12” y otras puestas teatrales de Chespirito. **24 horas**. Cidade do México, 28 nov. 2014. Disponível em <<http://www.24-horas.mx/11-y-12-y-otras-puestas-teatrales-de-chespirito/>>. Acesso em: 28 out. 2015.

ABA Top Brands: Globo, Veja e Visa se destacam. **Meio e mensagem**. 22 ago. 2012. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2012/08/22/Aba-Top-Brands-Globo-Veja-e-Visa-se-destacam.html>>. Acesso em: 27 set. 2015.

ABRAMO, Bia. Ingenuidade se perde com fim de Chaves. **Folha de São Paulo**: São Paulo, 1 maio 2005. Ilustrada/Televisão. p. E11.

ALBANEZ, Samukka. **Baú World**: relembre o sucesso de “Carinha de Anjo”. jan. 2012. Disponível em <<http://www.sbtworld.net.br/2012/01/bau-world-relembre-o-sucesso-de-carinha.html>>. Acesso em: 23 set. 2015.

ALFABETO. **Wikipedia, La enciclopedia libre**. 18 nov 2015. Disponível em: <<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Alfabeto&oldid=87003116>>. Acesso em 30 nov. 2015.

AMÉRICA venció 1-0 a Pumas em homenaje a Chespirito en estadio Azteca. **El Universo**. Guayaquil, 29 nov. 2014. Disponível em <<http://www.eluniverso.com/deportes/2014/11/29/nota/4284746/america-pumas-homenaje-chespirito-estadio-azteca>>. Acesso em: 27 out. 2015.

AMEZCUA, Melissa. **Despiden a Chespirito cantando**. Chiapas, 1 dez. 2014. Disponível em <<http://www.noticiasnet.mx/portal/oaxaca/fama/espectaculos/248038-despiden-chespirito-cantando>>. Acesso em: 29 out. 2015.

AMIGOS e elenco de Chaves participam de cerimônia para Bolaños. São Paulo, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/11/amigos-e-elenco-de-chaves-chegam-cerimonia-para-roberto-bolanos.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

ANTUNES, Anderson. Meet El Chavo, The World’s Most Famous (And Richest) Orphan. **Forbes**. 1 fev. 2012. Disponível em <<http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/02/01/meet-el-chavo-the-worlds-most-famous-and-richest-orphan/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

APOLINÁRIO, Sonia. Ela anda usurpando Ibope da Globo. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 17 out. 1999. Disponível em <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=51913&PageNo=1>>. Acesso em: 25 set. 2015.

ARIÉS, Philipe. **História da morte no Ocidente: da Idade Média aos nossos dias.** Tradução de Priscila Vianna de Siqueira. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977. 182 p.

_____. **O homem diante da morte.** Tradução de Luiza Ribeiro. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981. 313 p.

ASSIS, Pablo de. **O que é tag?** 06 mai. 2009. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/navegador/2051-o-que-e-tag-.htm>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

AYRES, Marcela. Carrossel, do SBT, mostra como um produto bom não sai de linha. **Exame**, 08 jun. 2012. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/carrosseldosbt-mostracomoumbomprodutonaosaidelinha>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

AYULARDO, Alejandro L. et al. **Televisa, el gigante de los medios em México.** 2011. Disponível em: <<https://mediosfera.wordpress.com/2011/03/12/televisa-el-gigante-de-los-medios-en-mexico/>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

AZENHA, Luis Carlos. **Globo tem mais audiência, mas “share” da emissora cai de 75% para 67% em SP.** 25 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.viomundo.com.br/voce-escreve/globo-tem-mais-audiencia-mas-share-da-band-passa-de-16-a-20-em-sp.html>>. Acesso em: 15 set. 2015.

BAHR, Michael Pizzatto. **El Chavo del Ocho/Chaves:** Tradução, adaptação, dublagem. 2014. Disponível em: <http://tede.utp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=625>. Acesso em: 15 ago. 2015.

_____. **El Chavo del Ocho: o amuleto do SBT.** 2013. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/el-chavo-del-och-o-amuleto-do-sbt>>. Acesso em: 26 ago. 2015.

BALOGH, Anna Maria (org.). **Mídia, Cultura, comunicação.** São Paulo: Arte e Ciência, 2002. 288 p.

BARQUERA, F.M. 50 años de televisión comercial em México (1934-1984) /Cronologia. In: DELARBRE, R. T. (org). **Televisa: el quinto poder.** 4. ed. Cidade do México: Claves Latinoamericanas,1989. p. 19-39.

BOATOS falsos apontam morte de Roberto Gómez Bolaños, o Chaves. 30 jan. 2012. Disponível em <<https://br.noticias.yahoo.com/boatos-falsos-apontam-morte-roberto-g%C3%B3mez-bola%C3%B1os-chaves-173807839.html>>. Acesso em: 14 out. 2015.

BOFF, Leonardo. **Igreja: carisma e poder.** v. 21. Petrópolis: Vozes, 1981.

BOLAÑOS, Roberto Gómez. **[tweet].** 2 maio 2014. Postagem na rede social Twitter onde o autor informa que está bem de saúde e recebe a visita de sua filha Graciela. Disponível em <<https://twitter.com/ChespiritoRGB/status/462289085445701632>>. Acesso em: 23 de out. 2015.

- _____. **Fué Sin Querer Queriendo:** Memórias. Cidade do México: Aguilar, 2005. 167 p.
- _____. [tweet]. 7 maio 2014. Resposta a uma fã na rede social afirmando que segue “vivo e bonito”. Disponível em <<https://twitter.com/ChespiritoRGB/status/464060042744844289>>. Acesso em: 7 de out. 2015.
- _____. **A Casa é Sua.** Entrevistador: Sérgio Frias. Cidade do México: RedeTV!, 10 abr. 2001. Disponível em <<http://portalchaves.forumch.com.br/espsbtrep>>. Acesso em: 13 out. 2015.
- _____. Entrevista ao canal argentino (á). [200-]. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=fLnW4ENb-9Y>>. Acesso em: 20 out. 2015.
- _____. **Programa do Ratinho.** Entrevistador: Carlos Massa. Cidade do México: SBT, ago. 2011. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=91B4G436_a8>. Acesso em: 13 set. 2015.
- BUENOS AYRES, C. A. M. de C. Octavio Ianni e o Globalismo. **Revista FSA**, Teresina, v. 10, n. 1, art. 16, jan./mar. 2013. p. 281-303. Disponível em <<http://www4.fsnet.com.br/revista/index.php/fsa/article/viewFile/142/65>>. Acesso em: 19 ago. 2015.
- CABRAL, M. S. A.; SOARES, Raquel Paiva de Araújo. **O Império do Grotesco.** [S.I.] Mauad, 2002. 154 p. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/171566771/O-Imperio-do-Grotesco-Muniz-Sodre-e-Raquel-Paiva#scribd>>. Acesso em: 30 out. 2015.
- CADENA, Nelson Varón. **A TV Tupi não foi a pioneira.** 17 mar. 2008. Disponível em <<http://www.portalimprensa.com.br/opiniao/opiniao/153/a+tv+tupi+nao+foi+a+pioneira>>. Acesso em: 23 ago. 2015.
- CALEIRO, M.M.; MARTINS, R. B. F. **A Vila é o Mundo:** o seriado “Chaves” como expressão do conceito de glocalidade. XVII Congresso de Ciências e Comunicação na Região Sudeste. Ouro Preto (MG). 2012. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/.../sud.../resumos/R33-0943-1.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2015.
- CANAVILHAS, João. **Televisão:** o domínio da informação-espetáculo. 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2013.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Ana Regina Lessa, Gênese Andrade e Heloísa Pezza Cintrão. 4. ed. 4. reimpr. São Paulo: USP, 2008. 385 p.
- CAPUTO, Rodrigo F. O homem e suas representações sobre a morte e o morrer: um percurso histórico. **Saber acadêmico**, Lins, n. 06, dez. 2008. Disponível em: <<http://www.uniesp.edu.br/revista/revista6/pdf/8.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2015.
- CARROSSEL. [200-]. Disponível em: <<http://www.infantv.com.br/carrossel.htm>>. Acesso em: 28 set. 2015.

CARVALHO, Carolina Alfaro. **A tradução para legendas: dos polissistemas à singularidade do tradutor**. 2005. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/6613/6613_2.PDF>. Acesso em: 27 ago. 2015.

CASTRO, Daniel; GENTILE, Rogério. Silvio Santos diz que criou Tele-Sena para salvar SBT da falência. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 maio 2001. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fof/cult/ult13052000015.htm>>. Acesso em: 14 set. 2015.

CASTRO, I. R. da S. C. et al. **História no Brasil: a história completa das séries (...)**. Disponível em <<http://acervoch.xpg.uol.com.br/elchavodel8brasil/nobrasil.htm>>. Acesso em: 23 out. 2015.

CEDROWSKI, Scott. **China, el bastión asiático de Televisa**. 26 ago. 2013. Disponível em <<http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/08/23/telenovelas-la-gran-exportacion-a-china>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

CHÁVEZ, Rosalva Mancinas. El desarrollo de grupos de comunicación em México: el caso del grupo Televisa. **Razón y Palabra**, Cidade do México, n. 59. Disponível em <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n59/varia/rmancinas.html>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

CHESNUT, R. A. Santa Morte: a santa esquelética no México e nos Estados Unidos. Tradução de Karina Kosicki Bellotti. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 55, jul./dez. 2011, p. 195-217. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/download/26547/17695>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

CHESPIRITO revela que se salvó del aborto, em spot pro-vida. Cidade do México, 28 mar. 2007. Disponível em <<https://www.aciprensa.com/noticias/chespirito-revela-que-se-salvo-del-aborto-en-spot-pro-vida/>>. Acesso em: 20 out. 2015.

CHESPIRITO-BRASIL, Fã-clube. **[Postagem em fórum]**. 13 maio 2012. Postagem no portal Fórum Chaves sobre o aniversário de dez anos do fã-clube. Disponível em <<http://www.forumchaves.com.br/viewtopic.php?f=47&t=7189>>. Acesso em: 23 de out. 2015.

CHIARI, Tatiana (Ed. e Coord.). **Silvio Santos - a história de um vencedor: a trajetória de uma lenda viva da televisão brasileira**. Colaboração de Demetrius Caesar, Flávio Moura e Raquel Marçal. São Paulo: Abril, 2001. 166 p.

COLVARA, L. **A TV e os vários olhares da criança**. 2007. 215p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) – UNESP, Bauru, 2007. Disponível em <https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/lauren_colvara.pdf>. Acesso em 26 nov. 2015.

CORPO de Roberto Bolaños deixa emissora para velório em estádio. Rio de Janeiro, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/corpo-de-roberto-bolanos-deixa-emissora-para-velorio-em-estadio.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

CORPO de Roberto Bolaños é enterrado na Cidade do México. São Paulo, 01 dez. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/12/corpo-de-roberto-bolanos-e-enterrado-na-cidade-do-mexico.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

CORPO de Roberto Bolaños é levado para o aeroporto de Cancun. 29 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/corpo-de-roberto-bolanos-e-levado-para-o-aeroporto-de-cancun.html>>. Acesso em: 28 out. 2015.

COSTA, Thiago Ramires da. A construção do *popstar*: a figura estratégica do ídolo das massas na indústria cultural. **Revista Anagrama**: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, a. 3, ed. 2, dez. 2009/fev. 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/viewFile/6717/6088>>. Acesso em 14 nov. 2015.

DAN el último adiós a Roberto Gómez Bolaños em el estadio Azteca. 30 nov. 2014. Disponível em <<http://espectaculos.televisa.com/farandula/noticias/813436/dan-ultimo-adios-roberto-gomez-bolanos-estadio-azteca/>>. Acesso em: 29 out. 2015.

DUARTE, Marcia Y. M. Estudo de caso. In: BARROS, Antonio; DUARTE; Jorge (org.). **Método de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 2. reimp. São Paulo: Atlas, 2008. p. 215-235.

DURST, Rogério. Chaves chega ao disco. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, ed. 303, 30 jun. 1990. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_11&PagFis=2367&Pesq=>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

EMOÇÃO marca velório público de Roberto Bolaños. São Paulo, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/emocao-marca-velorio-publico-de-roberto-bolanos.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

ESTADO de saúde do ator Roberto Bolaños é estável. **Zero Hora**, Porto Alegre, 02 maio 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2014/05/estado-de-saude-do-ator-roberto-bolanos-e-estavel-4490102.html>>. Acesso em 21 out. 2015.

EX-ASSESSOR de Itamar iniciou onda mexicana. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 5 set. 1999. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv05099918.htm>>. Acesso em: 18 set. 2015.

FAMÍLIA, amigos e fãs se reúnem em estádio para velório de Bolaños. Rio de Janeiro, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/familia-amigos-e-fas-se-reunem-em-estadio-para-velorio-de-bolanos.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

FAMILIARES velam o corpo de Roberto Bolaños em sua casa, diz jornal. 29 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/familiares-velam-o-corpo-de-roberto-bolanos-em-sua-casa-diz-jornal.html>>. Acesso em: 28 out. 2015.

FÃS se fantasiam para homenagem a Roberto Bolaños em estádio. Rio de Janeiro, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/fas-se-fantasiaram-para-homenagem-roberto-bolanos-em-estadio.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

FERNÁNDEZ, Roberto Gómez. [tweet]. 2 maio 2014. Postagem na rede social Twitter onde o autor informa que seu pai está bem de saúde. Disponível em <https://twitter.com/ElAguila_Gomez/status/462285188144197632>. Acesso em: 23 de out. 2015.

FERNANDO, Lucas. **Versão Brasileira:** Rio Sound. 2014. Disponível em <<http://sambariocarnaval.com/colunasturmach/delegadomoraes02.html>>. Acesso em: 23 out. 2015.

FOROtv um nuevo inicio para Televisa. 21 maio 2012. Disponível em <<https://espaciocritico16.wordpress.com/2012/05/21/fortv-un-nuevo-inicio-para-televisa/>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

GONÇALVES, S. M. L. P. Rever Senna: da morte de um ídolo à construção do herói contemporâneo. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 9 n. 24, p. 265-288, maio 2012. Disponível em <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/256/243>>. Acesso em 28 jul. 2015.

GOTHZ, Alisson. **Tá lembrado?** A Turma do Chaves e o acidente de avião. 20 out. 2009. Disponível em <<http://www.trash80s.com.br/2009/10/ta-lembrado-a-turma-do-chaves-e-o-acidente-de-aviao/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

HENRIQUES, Anderson. **Por que tantos sites CH pararam de ser atualizados?** Disponível em <http://www.sambariocarnaval.com/colunasturmach/col_andy44.html>. Acesso em: 23 out. 2015.

HISTÓRIA do Chaves. 2005. Disponível em <<http://www.chavesweb.com/historia-do-chaves.php>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

HOAX. In: HARPERCOLLINS PUBLISHER. **Collins Dicionário**. 6. ed. 10. reimpr. São Paulo: Disal, 2009. p. 123.

HOMENAJE a ‘Chespirito’ Roberto Gómez Bolaños. 30 nov. 2014. Disponível em <http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141130_livertext_homenaje_chespirito_roberto_gomez_bolanos_mexico>. Acesso em: 29 out. 2015

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997. 192 p.

_____. As ciências sociais na época da globalização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Jun. 1998, v. 13, n. 37, Disponível em <<http://www.iea.usp.br/publicacoes/textos/iannicienciasociais.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2015.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010:** características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. 2010. Disponível em:

<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2015.

JUNIOR, José Eustáquio Lopes de Faria. **Cartas e Cartazes nº 38 (...)**. 09 mar. 2013. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/03/cartas-e-cartazes-n-38-sbt-estreia.html>>. Acesso em: 29 set. 2015.

_____. **Cartas e Cartazes nº 51: SBT usa (...)**. 08 jun. 2013. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/06/cartas-e-cartazes-n-51-sbt-usa-novelas.html>>. Acesso em: 16 set. 2015.

_____. **Cartas e Cartazes nº 69: SBT realiza (...)**. 12 out. 2013. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/10/cartas-e-cartazes-n-69-sbt-realiza.html>>. Acesso em: 29 set. 2015.

_____. **SBT compra direitos para explorar (...)**. 29 jun. 2015. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2015/06/sbt-compra-direitos-de-explorar-marca.html>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

KASCHNER, Pablo. **Chaves de um sucesso**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2006. 248 p.

LIMA, Reniere. **Depois de arrecadar R\$ 120 milhões com Carrossel, SBT mira faturar com Chaves**. 19 abr. 2013. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/04/depois-de-arrecadar-r-120-milhoes-com.html>>. Acesso em: 19 set. 2015.

_____. **SBT adquire novo pacote de novelas para exibir**. 08 jan. 2015. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2015/01/sbt-adquire-novo-pacote-de-novelas.html>>. Acesso em: 20 set. 2015.

_____. **SBT e Televisa reposicionam marcas (...)**. 17 abr. 2013. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2013/04/sbt-e-televisa-reposicionam-marcas.html>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

_____. **SBT manda 5 diretores para estreitar relações com a Televisa e prepara substituta de Chiquititas**. 06 abr. 2014. Disponível em <<http://www.sbtpedia.com.br/2014/04/sbt-manda-5-diretores-para-estreitar.html>>. Acesso em: 19 set. 2015.

LISTA de telenovelas latinas transmitidas pelo SBT. **Wikipedia, a enciclopédia livre**. 12 nov. 2015. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_telenovelas_latinas_transmitidas_pelo_SBT>. Acesso em 24 set. 2015

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco (Orgs.). **Anuário Obitel 2012: Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos**. Porto Alegre: Sulina, 2012. 583 p.; il. Disponível em <www.obitel.net>. Acesso em: 19 ago. 2015.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 5. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2009. 244 p.

MAIA, Caio. Ator de “Chaves” visita o Brasil. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 14 set. 2003. Ilustrada. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1409200312.htm>>. Acesso em 29 nov. 2015.

MALLANDRO, Sérgio. Chaves. In: _____. **Oradukapeta**. São Paulo: CBS, 1988. 1 disco sonoro. Lado A, faixa 6 (3min55s).

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008. 360 p. v. 3.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. **Resgate histórico das vinhetas do SBT: A busca por um estilo SBTista**. 2014. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Rafael-Fialho.-UFMG.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2015.

MATO, Daniel. **Transnacionalización de la Industria de la Telenovela (...)**. 2001. Disponível em < <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/MatoDaniel.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2015.

MATOS DOS SANTOS, Vanessa. **O processo de comunicação em ambiente virtual**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática). 2007. 240 fls. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. UNESP/Campus de Bauru. Disponível em: <<https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/vanessa.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2015

MÉXICO: muere Roberto Gómez Bolaños “Chespirito”. 28 nov. 2014. Disponível em <http://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2014/11/141128_ulnnot_muere_roberto_gomez_bolanos_chespirito_bd>. Acesso em: 02 nov. 2015.

MILES despiden a Chespirito em el Azteca. 30 nov. 2014. Disponível em <<http://www.voanoticias.com/content/chespirito-chavo-despedida-azteca/2540178.html>>. Acesso em: 29 out. 2015.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT**. São Paulo: Olho D’Água, 1995. 215 p.

MISA em honor a Chespirito. 29 nov. 2014. Disponível em <<http://www.televisa.com/programas-tv/gracias-por-siempre-chespirito/noticias/793388/misa-honor-chespirito/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

MORENO, Eva Díaz. Hoy cumple cuarenta años el Chavo del 8. **Excelsior**. Cidade do México, 19 jun. 2011. Disponível em < <http://www.excelsior.com.mx/node/745890>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

MORRE Roberto Gómez Bolaños, criador de Chaves e Chapolin. São Paulo, 28 nov. 2014. Disponível em <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/11/morre-roberto-gomes-bolanos-diz-emissora.html>>. Acesso em: 24 jul. 2015.

MORTE de Roberto Bolaños – reação da internet #ripchaves. 30 nov. 2014. Disponível em <<http://www.sequelanet.com.br/2014/11/morte-de-roberto-bolanos-reacao-da.html>>. Acesso em: 13 out. 2015.

MOUILLAUD, Maurice. As grandes mortes na mídia. In: _____; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 2002.

MUERE ‘Chespirito’ a los 85 años. **Informador**. Jalisco, 28 nov. 2014. Disponível em <<http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2014/562288/6/muere-chespirito-a-los-85-anos.htm>>. Acesso em: 28 out. 2015

MUERE el actor Chespirito, “el Chavo del Ocho”. **Público**. Madrid, 28 nov. 2014. Disponível em <<http://www.publico.es/culturas/muere-actor-chespirito-chavo-del.html>>. Acesso em: 16 out. 2015.

MUNIZ, Paulo Henrique. O estudo da morte e suas representações socioculturais, simbólicas e espaciais. *Varia Scientia*, v. 06, n. 12, dez. 2006, p. 159-169. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/variascientia/article/download/1520/1239>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

MUSSE, Christina Ferraz. Cultura, televisão e imaginário urbano. **Matrizes**, São Paulo, a. 7, n. 1, jan./jun. 2013. Disponível em <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/254/pdf>>. Acesso em: 29 set. 2015.

NASCIMENTO, Alexsandro Medeiros do. **Religião, morte e pós-modernidade: as relações (...)**. 2001. Disponível em <<http://www.abhr.org.br/wp-content/uploads/2013/11/Alexsandro-Medeiros-do-Nascimento.doc>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

NEGRINI, Michele **A morte em horário nobre: a espetacularização da notícia no telejornalismo brasileiro**. 2010. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2588>. Acesso em: 23 out. 2015.

NETTO, Gabriel Priolli. São Paulo conhece hoje mais uma emissora de TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 ago. 1981. Ilustrada, p. 27. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/1981/08/19/21/>>. Acesso em: 28 set. 2015.

NOTICIEROS Televisa. Disponível em: <<http://noticieros.televisa.com/>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

O DIA da criança. 1979. (21 min.), son., color. Série Chaves. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yAhjJFOr6o0>>. Acesso em: 29 out. 2015.

OLIVEIRA, Madalena. Olhando a morte dos outros. In: Congresso SOPCOM, 4., 2005, Aveiro. **Livro de actas**, Aveiro: Universidade de Aveiro, 2005. p. 1952-1962. Disponível em <<http://revistas.ua.pt/index.php/sopcom/article/view/3334/3094>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

ORTIZ, Renato. Cultura e mega-sociedade mundial. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n. 28-29, abr. 1993. Disponível em

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451993000100014>.

Acesso em: 15 jun. 2015.

PAIVA, Celso. **Record anuncia parceria com ex-aliada do SBT e ameaça Globo**. Rio de Janeiro, 8 out. 2008. Disponível em <<http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI3243193-EI1118,00-Record+anuncia+parceria+com+exaliada+do+SBT+e+ameaca+Globo.html>>.

Acesso em: 24 set. 2015.

PARA “senhor Barriga”, Brasil é país que mais tem fãs de Chaves. 11 ago. 2012. Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/2012-08-11/para-senhor-barriga-brasil-e-pais-que-tem-mais-fas-de-chaves.html>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

PLATA, G. S.; GÓMEZ, R. En el país Televisa. In: Rincón, Omar (ed.). **Zapping TV: el paisaje de la tele latina**. Bogotá: FES, 2013. 331 p.

PORTUGUÉS, Javier; PORTUGUÉS, Estebán. **América Celebra a Chespirito 2012**. [2012]. Disponível em <<http://www.chavodel8.com/homenaje/america-celebra/>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

_____. **Homenaje a Chespirito año 2000**. [20-?]. Disponível em <<http://www.chavodel8.com/homenaje/televisa-2000/>> Acesso em: 28 ago. 2015.

_____. **Letra de la canción: Homenaje a Crí Crí**. [20-?]. Disponível em <<http://www.chavodel8.com/cancion/letra-cri-cri/>> Acesso em: 28 set. 2015.

PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia: introdução**. Tradução de Karla Costa Reis. 2 ed. Porto Alegre: Penso, 2011. 287 p.

QUANDO surgiu a dublagem no Brasil e no mundo?. **Mundo Estranho**, São Paulo, n. 36, fev. 2005. Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/quando-surgiu-a-dublagem-no-brasil-e-no-mundo>>. Acesso em: 12 set. 2015.

QUINTA reprise de “A Usurpadora” garante vice-liderança ao SBT. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 31 mar. 2015. Outro Canal. Disponível em <<http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2015/03/31/sexta-reprise-de-a-usurpadora-garante-vice-lideranca-ao-sbt/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

RAMOS, Jamille Santos Alves. A recepção da dublagem e da legendagem no Brasil. **Revista Vozes dos Vales da UFVJM**, n. 2, out. 2012. Disponível em: <http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/A-recep%C3%A7%C3%A3o-da-dublagem-e-da-legendagem-no-Brasil_CORRIGIDO.pdf>. Acesso em: 24 set. 2015.

REDE GLOBO. [postagem no Facebook]. 28 nov. 2014. Compartilhamento de uma imagem feita pelo perfil do SBT expressando solidariedade pela morte de Bolaños. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RedeGlobo/posts/738373099592406>>. Acesso em: 7 de out. 2015.

ROBERTO Bolaños desmente boatos sobre doença. 02 maio 2014. Disponível em <<http://diversao.terra.com.br/gente/roberto-bolanos-desmente-boatos-sobre-doenca->

[tranquilo,c4fbb0e971fb5410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html](http://tranquilo.c4fbb0e971fb5410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html)>. Acesso em: 14 out. 2015.

ROBERTO Gómez Bolaños, el popular “Chespirito”, muere a los 85 años. 28 nov. 2014. Disponível em <<http://gestion.pe/tendencias/roberto-gomez-bolanos-popular-chespirito-muere-85-anos-2115344>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

ROBERTO Gómez Bolaños. **Biografía**. Cidade do México: Bio Channel. 21 fev. 2012. Programa de televisão.

RONDELLI, Elizabeth & HERSCHMANN, Micael. A mídia e a construção do biográfico - o sensacionalismo da morte em cena. **Tempo Social**; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, **12**(1): 201-218, maio 2000. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702000000100011>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

ROSA, Robson Leandro. **O que significa 24/7?**. 8 jun. 2011. Disponível em: <<http://espacoenglish.blogspot.com.br/2011/06/o-que-significa-247.html>>. Acesso em 15 set. 2015.

SACCHITIELLO, Barbara. Chaves e Carrossel: na tela e nas lojas. **Meio e mensagem**. 17 abr. 2013. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/04/17/Chaves-e-Carrossel-na-tela-e-nas-lojas.html>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

SAIBA como foi a primeira missa de despedida de Roberto Bolaños. Rio de Janeiro, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/saiba-como-foi-primeira-missa-de-despedida-de-roberto-bolanos.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

SANCHIS, Pierre. Desponta novo ator no campo religioso brasileiro? O Padre Cícero Romão Batista. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872007000200002>. Acesso em: 17 nov. 2015.

SARAGOZA, Alex M.; WILKINSON, Kenton T. Cuando potencias hegemónicas riñen (...). **Global Media Journal**, Monterrey, v. 9, n. 18, 2012. p. 16-34. Disponível em <<http://www.redalyc.org/pdf/687/68724519002.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

SILVA, D. M. da S. et al. “Não contavam com minha astúcia!”: a América Latina e o seu herói. **Revista História em Curso**, v. 2, n. 2. p. 19-32. Disponível em <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/historiaemcurso/article/view/3450/pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2015.

SINCLAIR, John; STRAUBHAAR, Joseph D. **Latin American Television: A Global View**. Melbourne: BFI, 2011. 216 p.

SOUZA, Carlos Alberto de. **A ‘Interdição’ da Morte nos Telejornais**. 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0858-1.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2015.

STYCER, Maurício. **DNA mexicano do SBT explica sucesso de “Carrossel”**. 23 maio 2015. Disponível em <<http://televisao.uol.com.br/critica/2012/05/23/dna-mexicano-do-sbt-explica-o-sucesso-de-carrossel.htm>>. Acesso em: 29 ago. 2015.

TELEVISA realiza missa lotada pela morte de Roberto Bolaños. Rio de Janeiro, 30 nov. 2014. Disponível em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/11/televisa-realiza-missa-lotada-pela-morte-de-roberto-bolanos.html>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

TELEVISA. **Instalaciones:** San Ángel. s.d.. Apresenta informações sobre a estrutura dos estúdios de San Ángel. Disponível em <<http://www.televisa.com/instalaciones/326252/televisa-san-ngel/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

TERMOS Técnicos. mar. 2010. Disponível em: <<http://telejornalismouniube.blogspot.com.br/2010/03/termos-tecnicos.html>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

THE UNUSUAL history of Bozo The Clown. 25 oct. 2013. Disponível em: <<http://bozo-the-clown.info/the-unusual-history-of-bozo-the-clown/>>. Acesso em: 12 out. 2015.

TRAVENSOLLI, Augusto. **Chaves morreu:** boatos de morte de Roberto Bolaños se espalham na web. 14 fev. 2014. Disponível em <<http://www.boatos.org/boato-de-morte/chaves-morreu-boatos-de-morte-de-roberto-bolanos-se-espalham-na-web.html>>. Acesso em 14 out. 2015.

VAQUER, Gabriel. **SBT fecha contrato de parceria exclusiva com a Televisa:** veja detalhes. 13 mar. 2014. Disponível em <<http://m.natelinha.ne10.uol.com.br/noticias/2014/03/13/sbt-fecha-contrato-de-parceria-exclusiva-com-a-televisa-veja-detalhes-72573.php>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

VEJA repercussão da morte de Roberto Bolaños, o criador de Chaves. São Paulo, 28 nov. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/11/veja-repercussao-da-morte-de-roberto-bolanos-criador-de-chaves.html>>. Acesso em: 12 out. 2015.

VILLASENOR, R.L.; CONCONE, M.H.V.B. A celebração da morte no imaginário popular mexicano. **Kairós Gerontologia**, v. 15, n. 4, ago. 2012, p. 37-47. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/kairos/article/download/17036/12642>>. Acesso em 13 abr. 2015.

WILLIAM Shakespeare. **UOL Educação.** Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/biografias/william-shakespeare.jhtm>>. Acesso em 21 out. 2015.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. Tradução de Ana Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248 p.

YOUTUBE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/>>. Acesso em 30 nov. 2015.