A Série Chaves: Os elementos que a tornam um sucesso de décadas, em especial entre o público adulto[1]

Trabalho apresentado na Divisão Temática de Cinema e Audiovisual, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Gabriel Barboza de OLIVEIRA[2]
Katrine BOAVENTURA[3]
Centro Universitario de Brasilia (UniCEUB)

RESUMO

O presente artigo analisa os elementos que tornam a série Chaves um grande sucesso entre públicos de todas as idades, em especial o adulto. Chaves traz segredos de conquista e, por conseguinte, longevidade que não podem deixar de ser estudados e entendidos, evidenciando a importância do estudo para o campo. A pesquisa consistiu na aplicação de questionários, a fim de melhor entender os critérios que levam o programa a permanecer sucesso de audiência mesmo após longo período sem episódios originais.

PALAVRAS-CHAVE Palavras-chave: Chaves. Público adulto. Série de TV.

Introdução

Podemos dizer que a televisão brasileira é rica em conteúdo e possui competência e criatividade reconhecidas em todo o mundo. Somos grandes exportadores de telenovelas, produzimos também musicais, documentários, todos com selo brasileiro de qualidade. Mas na década de 80 algumas emissoras ainda estavam iniciando suas atividades e, portanto, precisavam rever estratégias comerciais. Em meio a uma contenção de gastos de sua emissora recém-inaugurada, Silvio Santos, dono da então TVS, resolveu apostar na compra de produtos de outros países, entre eles, o México, que, além das famosas telenovelas, havia produzido uma série de TV chamada *El Chavo Del Ocho*, objeto de análise desta pesquisa. A série estreou no Brasil na década de 80, no programa infantil Bozo, de origem norte-americana. Com isso, acabou sendo direcionada para crianças de 04 a 11 anos.

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática de Cinema e Audiovisual, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Estudante Graduado no Curso de Publicidade do UniCEUB, email: gabrielprofissao@hotmail.com
[3] Orientadora do trabalho. Doutoranda em Comunicação pela Universidade de Brasília – UnB. Professora do Curso de Comunicação do UniCEUB, email: katrine.boaventura@uniceub.br

O objetivo da pesquisa foi identificar elementos que ainda tornam a série um sucesso de audiência, mesmo após décadas de exibições, inclusive em reprises, e ainda assim conquistar a atenção de diferentes tipos de público, em especial o adulto, mesmo trabalhando com temas e personagens infantis. Dados da audiência do SBT em Brasília, de janeiro a dezembro de 2012, mostram que a maior parte do público é composto pessoas com mais de 18 anos: 76% no período matutino; 72%, no vespertino; 61% no noturno. Os dados apontam ainda uma maioria de público feminino: 52% no período matutino; 58% vespertino; e 57% noturno. E uma predominância das classes A B e C (88%).

Além disso, outro aspecto chama a atenção: no México, país de origem da série, os programas costumam ser assistidos por toda a família.

> É interessante notar que tanto as novelas como os programas humorísticos do canal 2 (o de maior alcance no território mexicano) são assistidos tantos por crianças como por homens e mulheres. Também os programas humorísticos são assistidos em família. Evidentemente seria importante fazer um estudo sobre as formas de audiência. (ANDRADE, MUNHOZ, REIMÃO et al, 2000 p. 174)

Ao que os dados de audiência indicam, o mesmo parece se repetir no Brasil.

A série *El Chavo del Ocho*

Em 1970, foi lançado o fenômeno *El Chapulin Colorado*, idealizado por Roberto Bolaños. E, apenas um ano depois, ele lançou *El Chaves del Ocho*, que estreou no México, em 20 de junho de 1971. Em 1973, a série foi comprada pela Televisa (KASCHNER, 2006). Então, passou a fazer parte da programação do canal 2, *El canal de las estrelas*, o mais importante da Televisa. A série ganhou meia hora de espaço em horário nobre, com isso virou líder de audiência no México. Os picos de audiência chegavam a 60% de share, o que significa que a maior parte dos televisores do país estava sintonizada à série. Em 1973, o sucesso alcançou quase toda América Latina. "Em 1975, os níveis de audiência no México oscilavam entre 55 e 60 pontos de audiência. Houve momentos, no início da década de 80, que o programa era exibido durante uma hora e assim, durante 25 anos, permaneceu no ar ininterruptamente (ANDRADE, MUNHOZ, REIMÃO et al, 2000 p. 163)". E, em 1983, com a saída definitiva do personagem Seu Madruga, interpretado pelo ator Ramon Valdés, a série chega ao fim sem que fosse gravado episódio especial (KASCHNER, 2006).

De acordo com dados de audiência de 1999, relacionados à programação infantil no México, "o canal 2 com o programa El Chavo Del 8 (uma repetição de Chesperito) alcançou 13 pontos, enquanto o canal 7, com El Club de Disney obteve 2,7 pontos de audiência" (ANDRADE, MUNHOZ, REIMÃO et al, 2000 p. 174).

Bolaños utilizou características de seus próprios filhos na composição do personagem Chaves. No papel de diretor, Bolaños deixava os atores à vontade, dando liberdade para que cada um incorporasse ao seu personagem seus próprios traços, assim como fez com Chaves. O teleprompter era proibido, o improviso das falas e gestos era o fator mais importante em sua direção (BIO CHANNEL, 2012). "Em sua dinâmica, a televisão exige também o improviso, e o improviso bem feito. Necessita vitalmente de criatividade" (STASHEFF, 1977, p. 1).

> Criei personagens humanos, cheios de valores e princípios universais, para que qualquer pessoa pudesse se identificar com eles. Também tive o cuidado com o vocabulário, para que não ofendesse por causa de cenas vulgares ou grotescas. No mais, selecionamos atores excelentes. (BOLAÑOS apud KASCHNER, 2006, p. 124).

A chegada da série ao Brasil

Segundo Silva (2000), no dia 19 de agosto de 1981, mais precisamente às 10 horas da manhã foi inaugurada a TVS, do empresário Silvio Santos, que tem papel importante na história de *El Chavo del Ocho* no Brasil. Silvio Santos foi autorizado pelo Governo Federal a assumir quatro emissoras do antigo império de Assis Chateaubriand. O empresário contava com o apoio de alguns diretores, parceiros de confiança, que o ajudavam a gerir a emissora. Logo no início de suas atividades, a TVS passou por um período de contenção de gastos. Foi quando Silvio e sua equipe decidiram fazer algumas aquisições internacionais, entre elas algumas produções mexicanas, de custo consideravelmente mais baixo (JOLY, THULER, FRANCO, 2005). Kaschner (2006) afirma que o contrato com a Televisa garantiu várias horas de programação por um preço bem em conta, se comparado com os padrões televisivos daquela época. Silvio Santos então provou sua habilidade comercial, pois, de fato, as telenovelas mexicanas trouxeram excelentes índices de audiência para a emissora. E, dando continuidade à parceria, foi apresentado o produto *El Chavo del Ocho* ao dono do SBT.

> Silvio viu uma vila, um garoto pobre, outro mais rico, um pouco mimado. Pouco depois, uma menina esperta e cheia de sardas e um senhor magro, de bigode e chapéu, que morava com ela. Depois chega uma dona de casa, de avental e bobes no cabelo, e uma outra de mais idade toda de azul. Tudo muito simples, pobre, humilde, e não só na produção, mas ao falar. Piadas inocentes, um mundo que parecia ter ficado para trás, mas que resistia ao tempo e estava ali. Aquilo a que eles assistiam pela primeira vez no Brasil era um episódio de *El Chavo Del Ocho*, hoje o nosso Chaves. (JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 23)

Silvio pediu tempo, pois precisava ouvir algumas opiniões e ver o produto no formato dublado, então pediu para que 10 episódios fossem dublados. Então, Silvio Santos pediu que cada executivo analisasse o material em sua casa. Chegado o dia da decisão, o dono da emissora pediu a opinião de sua equipe, que deu uma resposta unânime: "todos concordaram que a produção era péssima, que suas piadas eram fracas e que o programa seria um completo fiasco" (JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 25). Mas Silvio decidiu investir na ideia ainda assim. Todos ficaram muito surpresos.

> Talvez o sucesso avistado por Silvio em Chaves tivesse passado despercebido a eles porque haviam assistido aos primeiros episódios como diretores e não como gente comum. Faltava perceber que Chaves não se tratava de uma superprodução, mas de um conjunto de personagens que conseguia apresentar um pouco do dia-a-dia [...] O sucesso que Silvio Santos enxergou assim que bateu os olhos no seriado não estava em supercenários brilhantes, direções artísticas ou atores que poderiam concorrer ao Oscar, mas no humor diário e compreensível a qualquer telespectador, de norte a sul, hoje ou daqui a cinquenta anos. (*idem*).

Com o nome de "Chaves", a série estreou no programa do famoso palhaço Bozo, com foco no público infantil (04 a 11 anos de idade), em 25 de agosto de 1984, com o episódio "Caçando Lagartixas". De origem americana, Bozo entrou no ar em 1981 e logo virou mania entre as crianças, o canal chegou a ser apelidado de *Sistema Bozo de Televisão*. A programação com Bozo durava 8 horas, mas ainda não era o suficiente, pois o SBT precisava preencher 12 horas de programação em sua grade, tempo mínimo exigido pelo Ministério das Comunicações, naquela época (SILVA, 2010). Pois as emissoras de televisão precisavam ter "uma política de programação que vise objetivos prioritários, relacionados com a realidade em que vive a porção do público que se pretende atingir" (LEAL FILHO, 1988, p. 49).

Os números apresentados a seguir nos mostram a dimensão do território midiático em que a série Chaves estreou. De acordo com Andrade, Munhoz, Reimão et al (2000), no

ano de 1997 foi realizada uma pesquisa com o objetivo de levantar dados referentes ao número de domicílios brasileiros que tinham aparelho de TV em casa. Foi então constatado que 86,2% das residências tinham uma ou mais televisões. Os autores esclarecem que isso não significa que o restante da população não tinha acesso à televisão, visto que pequenas comunidades dispunham do aparelho em praças públicas, que servia de encontros em grupo. E também observam que os dados da pesquisa apontam que muitos dos domicílios não contavam com geladeira (presente em 80,3% das casas). Souza (2004, p. 23) destaca:

> A televisão é um elemento importante da vida cotidiana [...] é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável.

A televisão brasileira, segundo Ramos (1995), apresenta certo fascínio pelo melodrama, através da telenovela, mas nunca descuidou de reservar grandes espaços para programas humorísticos. O humor e a comicidade criaram momentos: a chanchada nos anos 40 e 50; a presença de Mazaropi de 1950 a 1980, a "pornochanchada" dos anos 70 e os Trapalhões, de 1965 a 1991. Ainda de acordo com Ramos (1995), Renato Aragão/Trapalhões, Amácio Mazzaripo/Jeca e Mazzaropi criaram *tipos* que cativaram grandes públicos por décadas. Cada um com inspirações diferentes, que iam desde o teatro caipira ao circo.

Chaves apresentava outra proposta de humor, se comparada às séries descritas acima. Além disso, foi produzida em outro país. Portanto, até que se provasse o contrário, Chaves era uma grande incerteza aos futuros investidores. Silva (2000, p. 113) relata: "ninguém acreditava que a série pudesse emplacar. Todos achavam que se tratava de um seriado brega e sem graça".

Mas a série surpreendeu, e conquistou várias gerações de telespectadores, como aponta Kaschner (2006, p. 117):

> Chaves e Chapolin mantêm-se no ar há vários anos, feito ainda mais engrandecido se levarmos em conta que os programas são produções de um país – o México – que, apesar da tradição tele dramatúrgica, não faz parte dos grandes blocos econômicos. Os seriados não contam, portanto, com significativos investimentos financeiros nem com o suporte midiático das grandes produções, como acontece com muitos "enlatados" da indústria cultural norte-americana, disseminadores do *American way of*

> *life.* Alheios a isso, mais querendo que sem querer, Chapolin e Chaves romperam barreiras mexicanas e conquistaram o mundo fazendo escala primeiro na América Latina, onde colecionaram milhões de fãs.

Kaschner (2006) observa que Chaves consegue atrair a audiência de pessoas que poderiam optar pelos chamados "enlatados" dos EUA, os quais apresentam elementos contrários aos da série, como a violência, por exemplo. Por isso, Chaves permanece original e autêntico.

> A estética simplória, beirando o trash sob uma ótica atual (ou basura, para ser mais latino, ou ainda bote, como dizem os mexicanos), bem como o enredo das histórias, calcado constantemente no "pastelão" e em situações esdrúxulas, contrapõe-se as narrações vitoriosas dos estados Unidos, chamando a atenção para uma autêntica realidade latino-americana, com todas as suas contradições e problemáticas. A "solucionática" de Chaves é calcada na afirmação de uma afirmação de identidade latina, muito mais para seu madruga do que para Batman. Mais para o anti-heroi Chapolin que para o herói super-homem. Menos super, mais homem, mais humano . E tão modesto quanto honesto. (KASCHNER, 2006, p. 119)

Dessa forma, vamos analisar mais a fundo esses elementos de Chaves que conquistaram a audiência, inclusive do público adulto.

O humor de Chaves

Ramos (1995, p.137) discorre sobre o humor na televisão brasileira e afirma que "se nos aproximarmos da produção televisiva e cinematográfica brasileira, guiados pela preocupação com gêneros e serializações duradouras, destaca-se, com nitidez, a forte presença do humor." O humorista Dedé Santana acredita que "Chaves é um dos melhores humorísticos já produzidos" [...] "a fórmula usada por eles é eterna, só muda a roupagem, e fará sucesso em qualquer lugar do mundo" (SANTANA *apud* JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 77).

> Creio que a bondade e os bons sentimentos são universais e eternos. As pessoas continuam se emocionado com a ternura, a bondade, a honestidade e com todo o positivo. Embora a intenção do programa seja divertir, Chaves nos traz esse momento de paz simplesmente por não fazer mal a ninguém. Acho que o ser humano precisa se divertir tanto quanto comer. Assim como deve se alimentar saudavelmente, deve se divertir com coisas boas. (BOLAÑOS, 2006, apud KASCHNER, 2006, p. 125).

A ingenuidade de Chaves é citada por Kaschner (2006) como sendo um fator de sucesso da série. O idealizador da série, Roberto Bolaños explicou esse aspecto, em entrevista concedida a um chat dos jornais online reforma.com e elnorte.com: "Sempre evitei fazer piadas com raças, religiões, opções sexuais e mulheres. No Chaves, era a Chiquinha que arquitetava os planos mirabolantes" (BOLAÑOS, 2006, *apud* KASCHNER, 2006. p. 112).

Além do humor puro para as crianças, Joly, Thuler, Franco (2005) classificam Chaves como um humor que vai além do infantil, pois atinge pessoas das mais variadas idades, além de diferentes classes sociais. De acordo com Vanderley Villa (2005 *apud* JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 70, profissional do SBT responsável pelos dados de audiência, "As pesquisas que chegavam em nossas mãos diziam que o programa agradava a todas as camadas, a todas as idades e classes. Em qualquer horário que a serie seja exibida é um sucesso de audiência, além disso, é muito rentável para a emissora". Com a audiência conquistada, os minutos dos intervalos poderiam ser negociados a um bom valor, uma vez que as produções destinadas a esse público atraíam o interesse dos anunciantes: "Os programas infantis vêm associados a produtos de consumo da criança, como brinquedos e revistas, as redes contam com a vantagem de ter os espaços comerciais praticamente vendidos para os anunciantes" (SOUZA, 2004, p. 132).

A simplicidade também é apontada por Kaschner como um dos fatores de sucesso da série.

> O cenário, extremamente simples e feito com materiais baratos, dá a impressão de que pode se desfazer com um peteleco e se encaixa como metáfora à vulnerabilidade a que estão sujeitos, desde sempre, os chamados "países em desenvolvimento". A concepção cênica funciona como linguagem, na medida em que traduz o cenário social desigual e subdesenvolvimento da América Latina, E poucas paisagens traduziram isso tão bem. (KASCHNER, 2006, p. 119)

Sem se preocupar em realizar uma superprodução, o programa acabou tendo isso como trunfo:

> O cenário tosco, no entanto, acabou servindo como linguagem na medida em que as precárias condições da Vila lembravam de uma maneira geral, a própria condição dos países da América Latina. O visual simplório acabou se transformando em uma característica marcante, de identificação do seriado (KASCHNER, 2006, p. 87).

Kaschner (2006) analisa outro aspecto importante relacionado à série, as reprises. O autor observa que a questão da repetição de gestos e falas pode ser um fator positivo, que funciona como um atrativo para o telespectador:

> Necessidade de o leitor das séries consolar-se tanto com o retorno do idêntico, mesmo que mascarado, quanto com a sua capacidade de prever o desenrolar da história, saboreando, assim, a possibilidade efetiva do retorno daquilo que ele espera acontecer. (ECO, 2006, *apud* KASCHNER, 2006, p. 90)

Del Rangel, ex-diretor do programa Trapalhões, comenta o sucesso das reprises:

> As pessoas gostam de assistir a reprises, muitas vezes, há quem não assistiu e há aqueles que assistem de novo, porque gostam. A reprise atinge a todas as gerações. Por exemplo, um programa começou a ser reprisado em 1990, quando uma criança tinha cinco anos. Em 1995, essa criança passa a ter dez, e quem nasceu em 1990 estará com cinco anos. Então há sempre um público novo, no caso do infantil, isso é que dá certo. (RANGEL, 2005 *apud* JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 30)

Atores e Personagens

De acordo com Kashner (2006), os personagens da série são de grande importância para tamanho êxito do programa. Segundo o autor, os personagens apresentam características físicas bem distintas e isso é um fator positivo para a personalidade de cada um, pois fica como uma espécie de registro. Os gestos exagerados também são importantes, além do fato de as crianças gesticularem mais que os adultos.

> Chaves usa um suspensório com duas alças no mesmo ombro; Quico tem bochechas grotescamente inchadas e veste uma esdrúxula roupa de marinheiro; Chiquinha usa duas marias-chiquinhas no cabelo em alturas diferentes e lhe falta um dente na frente; Senhor Barriga e seu filho Nhonho são bastante gordos; Dona Florinda tem a testa enrugada e vive de bobes no cabelo; o professor Girafales é extremamente magro, (KASCHNER, 2006, p.58).

De acordo com Joly, Thuler & Franco (2005), o personagem Seu Madruga é o mais querido pelo público, não só no Brasil como em outros países. Para o jornalista Cláudio Tognolli, “Seu Madruga carrega muito da característica brasileira. O brasileiro, independentemente da renda, tem o lado aguerrido, mas ao mesmo tempo malandro” (2005, *apud* JOLY, THULER, FRANCO, 2005, p. 87). Lustosa (2002, p. 37) defende que “as características dos atores são elementos também importantes para a construção de seu personagem, como a altura, o peso, a cor da pele, a maneira de andar e a fala”.

> As chaves da sedução entraram no melodrama e nas suas estrelas. O melodrama como estrutura de qualquer tema, conjugando a importância social e as aspirações heroicas, interpelando o popular [...] As estrelas – María Felix, Dolores del Rio, Pedro Armndariz, Jorge Negrete, Ninón Sevilla – abastecem com faces, corpos, vozes e tons a fome das pessoas por se verem e se ouvirem. Para além da maquiagem e da operação comercial, as verdadeiras estrelas obtêm sua força de um pacto secreto que enlaça esses rostos e vozes com seu público, com seus desejos e obsessões. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 233)

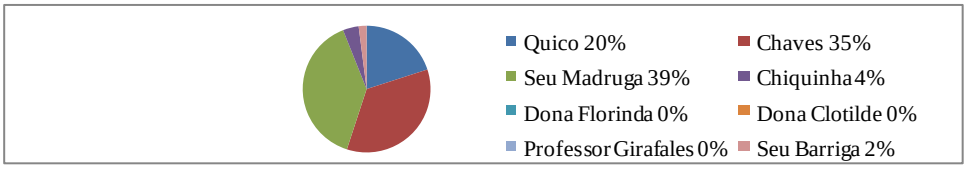
A dublagem

Kashner (2006, p. 168) ainda observa um fato muito curioso em relação à série, que pode ajudar a explicar seu sucesso: "muitas pessoas pensam que Chaves e Chapolin são programas brasileiros devido à qualidade das dublagens". Segundo Herbert Richers (*apud* JOLY, THULER & FRANCO, 2005, p. 65), existe uma principal vantagem na dublagem em relação à legenda: "dublagem é uma questão de hábito desenvolvido pelo público [...] Além disso, ao ler legendas perde-se 60% do que está passando no filme, porque a atenção é canalizada para as legendas".

Análise da Pesquisa

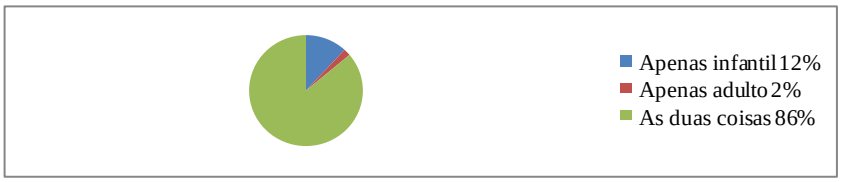
A fim de compreender melhor qual interesse a série Chaves desperta em pessoas adultos, realizou-se uma pesquisa quantitativa, seguida de análise qualitativa. Os entrevistados foram selecionados entre pessoas que assumem o interesse pela série. Por meio de um questionário aplicado via Goggle Docs, os participantes opinaram sobre diferentes questões a respeito do seriado. Foram entrevistados 51 adultos, a maioria do sexo feminino (59%). A faixa etária dos entrevistados está compreendida entre 23 e 55 anos. Todos afirmaram serem telespectadores da série e estão enquadrados nas classes A, B e C. As perguntas que compuseram a pesquisa foram as seguintes:

1. Qual personagem mais lhe agrada na série "Chaves"? Por quê?



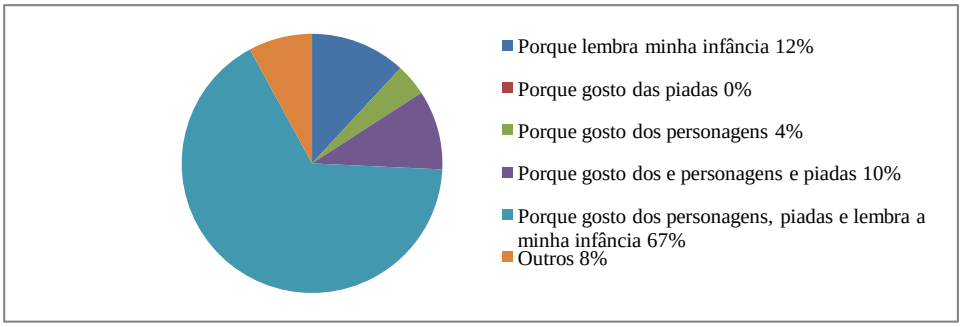
A maior parte dos entrevistados escolheu o Senhor Madruga (39%), deixando o "personagem principal", Chaves, em segundo lugar (35%). Os entrevistados também o apontam como sendo uma espécie de malandro brasileiro, que sempre se dá bem e de bom coração.

2 - Como você classifica o humor da série?



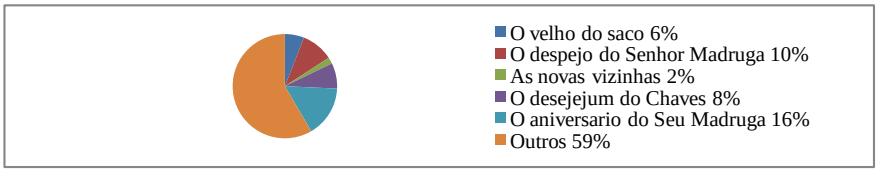
Observou-se que 86% dos entrevistados apontam o humor da série como sendo "infantil e adulto", seguido de "apenas infantil", com 6%, e "apenas adulto", com 1%. Nesse contexto podemos observar que Chaves, mesmo já tendo sido considerada uma série com direcionamento/foco no público infantil, hoje é percebida como direcionada a todos os públicos.

3 - Por que você ainda assiste aos episódios, mesmo sendo repetidos?



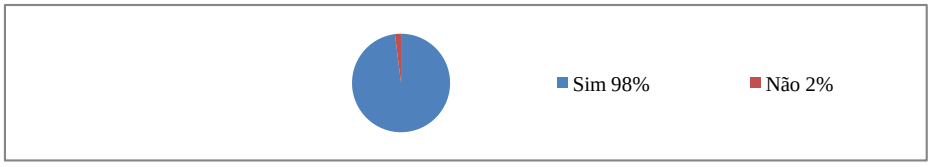
Observou-se que a maior parte dos participantes (67%) aponta o gosto pelos personagens, pelas piadas e, por último, o fato de remeter à infância.

4 - Qual o episódio que mais lhe agrada? Por quê?



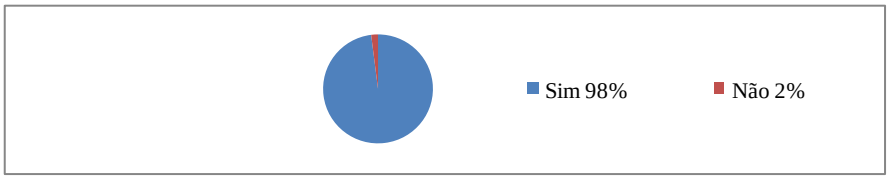
Nesse item o episódio "O Aniversário do Seu Madruga" foi apontado como um dos preferidos, com 16% dos votos. Nas respostas abertas, os entrevistados o descrevem como um episódio engraçado e acolhedor, pelo fato de os personagens esquecerem as diferenças e, ao final, confraternizarem. No entanto, na opção "Outros", a grande maioria aponta o episódio "Acapulco" como sendo o mais marcante da série. No total, foram 15 votos. Alguns justificam a escolha devido ao personagem Chaves que, nesse episódio em especial, não é considerado um garoto de rua, pois tem um lugar para dormir, dessa forma torna-se "igual" aos demais personagens.

5 - Apresentaria a série aos seus filhos? Por quê?



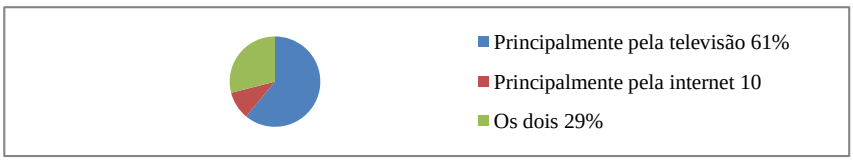
A grande maioria dos participantes da pesquisa apresentaria Chaves aos filhos: 98% dos entrevistados. Apenas um entrevistado disse que não apresentaria a série por ser de uma geração diferente, portanto não agradaria. Podemos destacar os seguintes aspectos: humor inocente, simples, ingênuo, sem apelação sexual e por ser realista e educativo. O que coincide com a proposta de Bolaños, de evitar piadas envolvendo raça, religiões, opções sexuais e mulheres.

6 - Hoje, considera a série própria para todas as idades?



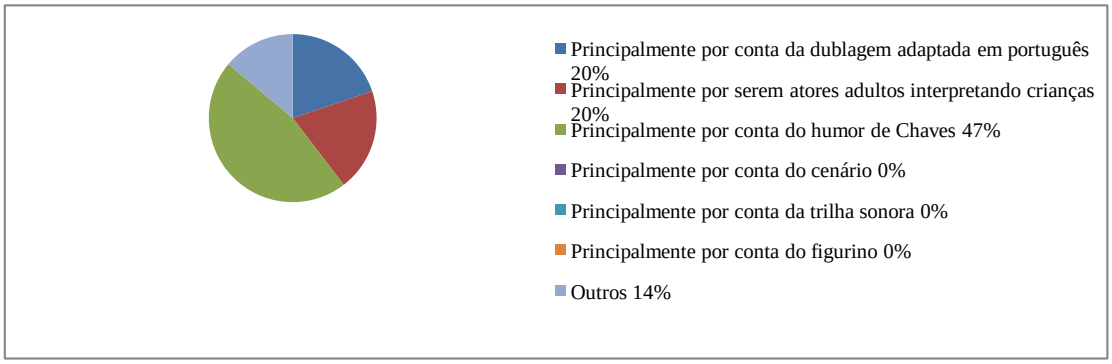
Conforme apontado no gráfico, a maioria dos entrevistados elege Chaves como sendo uma série própria para todas as idades (98%). Podemos, então, relacionar este dado ao que ao que foi apontado em Joly, Thuler, Franco (2002), sobre os dados de audiência recebidos pelos profissionais do SBT, que apontavam públicos de diferentes idades e classes sociais e os dados atuais do SBT Brasília.

7 - Hoje, você assiste à série pela televisão ou pela internet?



A maioria dos entrevistados diz assistir à série pela televisão: 61% dos entrevistados. Em seguida, há os que acompanham a série pelas duas mídias: televisão e internet, com 29% da preferência. Apenas internet aparece com apenas 10% da preferência. Sustenta-se aí que a televisão ainda é o meio de comunicação responsável pela maior repercussão de Chaves.

8 - A que atribui o sucesso da série?



Os entrevistados apontaram: “principalmente ao humor de Chaves” (47%), seguido de “principalmente por serem adultos interpretando crianças”, e “dublagem adaptada ao português”, empatados com 20%.

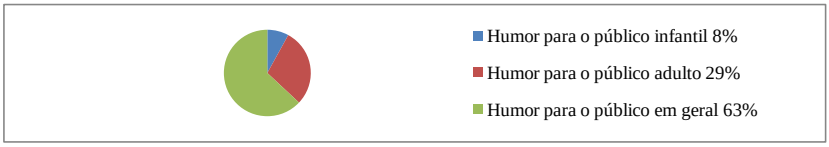
9 - Como interpreta o seguinte diálogo da série?

CHAVES: - Quico, pega sua bola para jogarmos luta livre?
QUICO: - Luta livre?
CHAVES: – Sim. Não é isso que se vê na televisão?

Observa-se que diálogo é considerado próprio para o público adulto, com 71% dos votos. Talvez, por se tratar de uma crítica, no caso, à violência nos campos de futebol. E 25% dos entrevistados dizem que o diálogo é próprio para o público geral, seguido de "humor para o público infantil" com 4% dos votos.

10 - Como interpreta o seguinte diálogo da série?

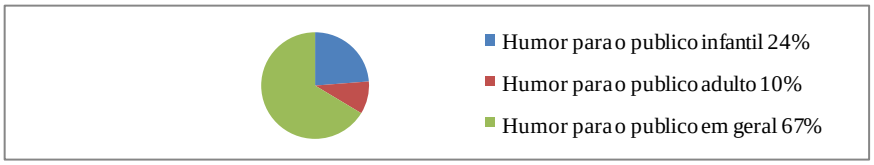
PROFESSOR GIRAFALES: - O que fazer quando uma pessoa sente dor no coração?
CHIQUINHA: - Apaga a luz.
PROFESSOR GIRAFALES: - Apaga a luz?
CHIQUINHA: - Sim. Porque o que os olhos não veem o coração não sente.



Observa-se que o diálogo apresentado é classificado pelos entrevistados como sendo próprio para o público em geral, com 63% dos votos, seguido de "humor para o público adulto", com 29% dos votos, e "humor para o público infantil" com 8%.

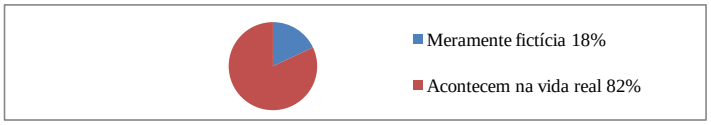
11 - Como interpreta o seguinte diálogo da série?

PROFESSOR GIRAFALES: - Como provar a temperatura da água quando for dar banho em um bebê?
CHAVES: - Enfiando o bebê na água.
PROFESSOR GIRAFALES: - Mas sem antes sentir a temperatura?
CHAVES: - Sim. Se o bebê ficar vermelho é porque a água está quente...



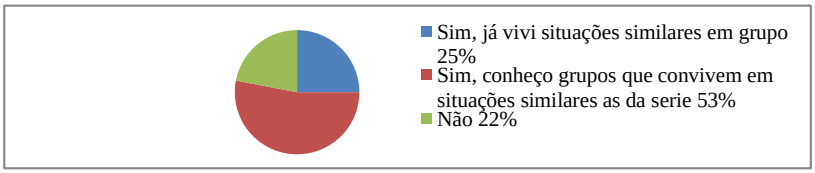
O diálogo apresentado é visto pela maioria como sendo de "humor para o público em geral", com 67% dos votos. Seguido de "humor para o público infantil", com 24%, e "humor para o público adulto" com 10%.

12 – Como classifica as "intrigas" vividas na série?



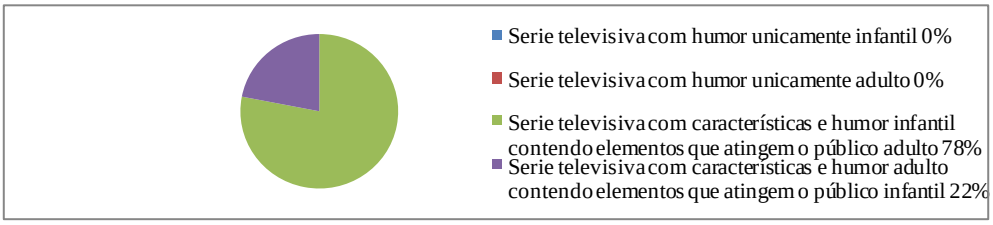
Nesse item, 82% dos entrevistados acreditam que as intrigas poderiam acontecer na vida real, enquanto 18% acreditam ser meramente fictícias.

13 - Já se identificou ou identificou grupos semelhantes aos da série, como por exemplo, a vizinha briguenta, o vizinho que não paga o aluguel, etc.?



Observa-se que 53% dos entrevistados apontam conhecer grupos que vivem situações semelhantes às da série. Outros 25% apontam já ter vivido essas situações. Apenas 22% relataram nunca ter vivido e nem conhecer grupos que tenham vivido situações semelhantes às da série. O que denota a alto grau de verossimilhança dos episódios de Chaves.

14 - Como classifica a proposta da série Chaves?



O questionário mostrou que 78% dos entrevistados apontam Chaves como uma "série televisiva com características e humor infantil contendo elementos que, de alguma forma, atingem o público adulto". Em seguinda vem "série televisiva com características e humor adulto contendo elementos que atingem o público infantil", com 22% dos votos. Dos 51 entrevistados, nenhum classificou a série como sendo unicamente infantil ou somente adulta.

Considerações finais

Pôde-se constatar que não existe mesmo uma segmentação exata para a série Chaves. A análise das ideias de diferentes autores, somadas às respostas do questionário aplicado ao público adulto, evidenciaram que a série agrada pessoas de todas as idades. Os autores e os entrevistados apontam elementos que vão além do humor, como atrativo da série. Traços simples e marcantes presentes no cenário e figurino, a ingenuidade dos personagens e o retrato social apresentado no programa são elementos que agradam. A compaixão pelos personagens também foi citado pelos entrevistados. Os atores bem adaptados aos personagens, as piadas e a dublagem bem realizada também são elementos que cativam o público.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Antonio de; MUNHOZ, Sérgio Luiz; REIMÃO, Sandra et al. **A televisão na América Latina**: 7 estudos. São Paulo: UMESP, 2000.

BALOGH, Anna; ADAMI, Antônio; CARDOSO, Haydée et al. **Mídia, Cultura, Comunicação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

BIO CHANNEL. **Biografia de Roberto Gómez Bolaños**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ZOuT5-6tMJ0> acesso em 05 jun. 2013.

FILHO, Laurindo Leal. **Atrás das Câmaras**. São Paulo: Summus, 1988.

JOLY, Luís; THULER, Fernando; FRANCO, Paulo. **Chaves**: foi sem querer querendo. São Paulo: Matrix, 2005.

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

LUSTOSA, Elcias. **Arte e Sucesso na televisão.** Brasília: UNB, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às Mediações**. Rio de Janeiro: EFRJ, 1987

RAMOS, José Mário Ortiz. **Televisão, publicidade e Cultura de Massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e Formatos da Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

STASHEFF, Edward. **O programa de televisão**. São Paulo: E.P.U, 1977.

SILVA, Arlindo. **A fantástica história de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.