Cheias de Charme: metalinguagem, segunda tela e transmídia na teledramaturgia brasileira[1]

Michelle Fabiene Pires Ferreira GUIMARÃES[2]
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO

O presente artigo visa discorrer alguns elementos inovadores que fizeram da telenovela da TV Globo, *Cheias de Charme*, exibida no horário das 19h, entre abril e setembro de 2012, um marco na história da teledramaturgia brasileira. A trama conseguiu aliar ficção e realidade ao utilizar-se do recurso de metalinguagem em sua narrativa, aproximando o mundo da fama das empregadas que se tornaram famosas com o trio *Empreguetes*, do mundo das celebridades reais. Além disso, a telenovela conseguiu promover um envolvimento participativo e colaborativo dos telespectadores, que, além de acessar a segunda tela criada pelo portal TVG *Cheias de Charme*, passaram a enviar vídeos a partir de experiências transmidiáticas provocadas pelos autores.

PALAVRAS-CHAVE: Teledramaturgia; Ficção x Realidade; Metalinguagem; Segunda Tela; Transmídia.

INTRODUÇÃO

O surgimento de novas mídias, a partir da mudança da plataforma analógica para a digital, coloca a televisão em um momento de incertezas, caminhando por um terreno desconhecido, tateando sobre o comportamento dos telespectadores frente a uma nova gama de suportes de conteúdos oferecidos com o advento de novas tecnologias. Autores mais "apocalíticos" preconizam o desaparecimento da televisão frente a essas novas ofertas midiáticas. Outros defendem que as novas mídias incorporam as linguagens e formatos já existentes. Frente a tantas transformações, os produtos televisivos, sejam eles jornalísticos

[1] Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

[2] Mestranda da linha Comunicação e Identidades do PPGCom / UFJF e editora da TV Integração Juiz de Fora. email: pires.michelle@yahoo.com.br

ou de entretenimento, passam por adaptações e mudanças significativas no intuito de manter a audiência já conquistada após anos de hegemonia da televisão no Brasil.

Nesse cenário, destaca-se a telenovela da Rede Globo *Cheias de Charme*, exibida no horário das 19 horas, entre abril e setembro de 2012, cujos autores se valeram de diversas estratégias para oferecer ao telespectador mais do que a tela da televisão pode proporcionar aos seguidores dos capítulos. A criação de uma "segunda tela", através do portal TVG *Cheias de Charme*, colocou à disposição dos fieis telespectadores da trama uma série de conteúdos com possibilidades infinitas de navegação não apenas por textos, mas por áudio, fotos e vídeos. Além disso, iniciativas do tipo transmídia suscitaram os seguidores da *soap opera* a acessarem o portal – e outros sites lançados ao longo do desenrolar da história – e atuarem como co-produtores, gerando conteúdos espontâneos a partir do envio de vídeos colaborativos, comentários e outros tipos de postagens.

Outra técnica utilizada dentro da telenovela em questão foi o recurso da metalinguagem, por meio do qual os autores conseguiram tornar bastante tênue os limites entre realidade e ficção, tendo em vista que o enredo trata de empregadas domésticas que se tornaram famosas e desfrutam de seus momentos de fama participando de shows e programas de televisão de celebridades do mundo real, tais como *Mais Você*, *Domingão do Faustão* e *Encontro com Fátima Bernardes*.

Neste artigo, pretendemos elencar o máximo de experiências inovadoras empreendidas na telenovela *Cheias de Charme*, no intuito de exemplificar uma fórmula de produção televisiva que conquistou grande audiência em tempos nos quais é profetizada a dissolução da televisão em detrimento das novas mídias digitais.

MIDIAMORFOSE E CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS

Com a maior popularização dos dispositivos eletrônicos além do computador pessoal (PC), tais como *notebooks*, *smartphones* e *tablets*, e também do acesso à Internet[3], percebe-se uma mudança na relação entre audiência e produtos midiáticos. Com relação à televisão, os telespectadores ganham novos atrativos com os quais passam a dividir a atenção. Há quem diga que as mídias ditas tradicionais, como jornal impresso, rádio e TV,

[3] Uma pesquisa, do Ibope, em parceria com a Nielsen Online mostra que o número de pessoas com acesso à internet no Brasil chegou a 82,4 milhões no primeiro trimestre de 2012. Dados da Anatel revelam que, em março de 2010, o Brasil já havia atingido a marca de 210 milhões de habilitações de celulares. Outro dado interessante é que o acesso à internet móvel chegou aos 24 milhões em março. Desse total, 18 milhões de acessos foram feitos pelo celular e 6 milhões via modem.

tendem ao desaparecimento, por não serem capazes de oferecer tudo aquilo que o mundo hipermidiático pode fazer. No entanto, há autores que defendem a sobrevivência de todos os formatos, que vão se transformando e adaptando com o surgimento dos novos meios. Um deles é Roger Fidler (1997) que, tomando como referência o processo de seleção natural dos animais, utiliza-se do termo midiamorfose para descrever o processo de transformação e adaptação das mídias existentes a partir de pressões, necessidades sociais e da concorrência tecnológica impostas por um novo meio. Para o pesquisador, assim como no campo da biologia existe o processo de seleção natural dos animais e outros seres vivos, entre os meios de comunicação, as mudanças não são instantâneas e resultam em mídias com novas características, num processo de coevolução e coexistência.

> A midiamorfose não é tanto uma teoria, mas um modo de pensar a respeito da evolução tecnológica dos meios de comunicação como um todo. Ao invés de estudar cada modalidade separadamente, leva-nos a ver todas elas como integrantes de um sistema interdependente e a reparar nas semelhanças e relações existentes entre as formas do passado, do presente e as emergentes. Ao dar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando. (FIDLER, 1998, p. 57).

Santaella (2003) define seis eras culturais, sendo elas: a cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura da mídia e cultura digital. Segundo a autora, todas as eras coexistiram e não foram suprimidas, ocorrendo, portanto, o que ela define como sincronização das linguagens. Se nos primórdios da civilização, a cultura era constituída apenas do que se contava, do que era falado, posteriormente passou a ser escrita e registrada. A partir do advento da imprensa e dos meios de comunicação de massa, como cinema, rádio e televisão e, mais recentemente, com a criação da Internet, as quatro principais formas de comunicação humana – verbal, textual, visual e sonora – convivem em um todo digital, em novas plataformas midiáticas, um fenômeno definido como a "convergência das mídias", em que todas as mídias podem se manipuladas, armazenadas e distribuídas digitalmente. As redes corroem a centralização e a padronização dos meios de massa ao promover maior diversidade e liberdade de escolha. Desta forma, cada pessoa pode se tornar produtor, criador, montador, apresentador e difusor de seus próprios produtos. Deixamos de lado uma sociedade de distribuição piramidal de informações e entramos em uma sociedade reticular de integração em tempo real (Santaella, 2003).

Portanto, se a televisão está longe de desaparecer, se o público não está simplesmente migrando para outras mídias e deixa de ser apenas um receptor passivo para se tornar co-produtor de informação, além de possuir a capacidade de selecionar aquilo que é de seu interesse para assistir, é preciso pensar em adaptação dos conteúdos, a fim de aproveitar a potencialidade oferecida pelas novas mídias digitais.

COM VOCÊS, AS *EMPREGUETES*

A telenovela *Cheias de Charme* foi produzida e exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 e 28 de setembro de 2012, em 143 capítulos. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, com direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg; direção-geral de Carlos Araújo; direção de núcleo de Denise Saraceni; e supervisão de texto de Ricardo Linhares, foi a 80ª "novela das sete" a ser colocada no ar pela emissora.

A trama conta a história de três empregadas domésticas: Maria da Penha (Taís Araújo), Maria Aparecida – a Cida (Isabelle Drummond), e Maria do Rosário (Leandra Leal). As três "Marias" se conhecem depois de passarem, cada uma delas, por situações adversas: Penha – uma mulher batalhadora que criou dois irmãos e um filho sozinha – é agredida pela patroa Chayene (Cláudia Abreu) – uma musa do tecnobrega e do eletroforró que passa por uma má fase – e vai até uma delegacia para denunciá-la; Rosário – uma cozinheira que sonha em ser cantora – é apaixonada pelo cantor Fabian (Ricardo Tozzi) e, quando consegue ir ao show dele, se envolve em uma tremenda encrenca, sendo detida pelos seguranças e levada para a unidade de polícia; e Cida – uma garota de 19 anos que mora e trabalha na casa da madrinha, uma mulher rica e má – flagra o namorado com outra mulher em uma boate, se envolve em uma confusão é também é levada para o mesmo local.

Na delegacia, Penha, Rosário e Cida simpatizam-se umas com as outras e fazem um pacto: "dia de empreguete, véspera de madame". Rosário vai, então, trabalhar na casa de Chayene no lugar de Penha que, por sua vez, consegue emprego na casa de Lygia (Malu Galli), uma advogada de bom caráter. Certo dia, Rosário chama Penha e Cida para irem até a casa de Chayene, que está fora. As três resolvem se divertir e com a ajuda de Kleiton (Fábio Neppo) criam uma música chamada "Vida de Empreguete". Lá, um videoclipe é filmado com as roupas da patroa. O clipe é postado na Internet (tanto na ficção, como na realidade), faz sucesso e as três novas amigas resolvem formar uma banda chamada

Empreguetes. O trio cria novas músicas, como "Maria Brasileira" e "Forró das Curicas", estoura no cenário musical brasileiro e vai parar nas rádios e na televisão.

Durante toda a narrativa, *Cheias de Charme* revela vários elementos que compõem o gênero melodramático, conforme descreve Barbero:

> A ideia de "espetáculo total" não se restringe no melodrama só ao nível da encenação, está também no plano de sua estrutura dramática. Tendo como eixo central quatro *sentimentos* básicos – medo, entusiasmo, dor e riso -, a eles correspondem quatro tipos de situação que são ao mesmo sensações – terríveis, excitantes, ternas e burlescas – personificadas ou "vividas" por quatro personagens – o Traidor, o Justiceiro, a Vítima e o Bobo – que ao juntar-se realizam a mistura de quatro gêneros: romance de ação, epopéia, tragédia e comédia (BARBERO, 1997, p.162).

A crítica de televisão do jornal *O Globo*, Patrícia Kogut, definiu a fórmula de sucesso da telenovela, em artigo publicado em sua coluna cerca de um mês antes do término da trama.

> A história (...) bebe nos contos de fadas, mas das princesas, aproveita apenas o arquétipo. Suas protagonistas desejam a felicidade para sempre, porém, nos moldes contemporâneos. E qual é uma das maiores expressões da consagração nos dias atuais, no Brasil, país em que a televisão tem uma força imensa? É, claro, fazer parte da própria televisão (KOGUT, 2012).

FICÇÃO, REALIDADE E METALINGUAGEM EM *CHEIAS DE CHARME*

A partir do sucesso do videoclipe "Vida de Empreguete", o trio de empregadas domésticas passou a fazer parte do *star system*, recebendo convites para participar de diversos programas. A começar pela edição radiofônica de Gentil Soares (Gustavo Gasparani), personagem que colaborou para alavancar o sucesso das cantoras, sempre colocando no ar a música de lançamento da carreira do grupo.

Mas as *Empreguetes* não estiveram apenas em programas fictícios. Os autores da novela levaram famosos para participar da rotina da fama dentro do enredo do horário das sete da noite, apropriando-se várias vezes do recurso de metalinguagem - ou a propriedade que uma linguagem tem de falar de si mesma e de outras linguagens – muito utilizado na teledramaturgia.

> Seja para criticar ou homenagear a própria produção artística, diversos autores apostam no uso desta técnica para criar um jogo entre o produto e o modo como ele é feito. A televisão brasileira tem inúmeros exemplos. A

> atual *Lara com Z*, série global que revela as dificuldades das produções cênicas, até a pioneira *Espelho Mágico*, novela sobre os bastidores da televisão e do teatro, exibida em 1976, também pela Globo.

Algumas aparições, ao lado de famosos do mundo real, foram ao lado da dupla João Neto e Frederico, na companhia de quem realizaram um show; com Ana Maria Braga, no programa *Mais Você*, participaram junto de suas respectivas patroas, da advogada Lygia e da cantora Chayene; o ator Reynaldo Gianecchini também deu brilho à trama, ao visitar as moças no camarim antes de uma apresentação; as *Empreguetes* também foram cozinhar no *Vídeo Show*, conduzidas pela apresentadora Ana Furtado e cantaram no *Domingão do Faustão*; foi no programa *Encontro com Fátima Bernardes* que as divas da Internet anunciaram o retorno do trio, depois de ter ficado separado por um tempo; e na reta final da trama, a cantora Paula Fernandes foi a escolhida para anunciar o resultado do prêmio *DoRéMi* de revelação do ano, logicamente, conquistado pelas *Empreguetes*.

Além dessas celebridades, houve outras participações de famosos na novela, assim como dos personagens em programas que existem na vida real, como o dueto de Rosário com Fabian no *Caldeirão do Huck*, apresentado por Luciano Huck. Chayene cantou ao lado de Fabian, no *Domingão do Faustão*, e participou do programa *Esquenta*, de Regina Casé. A "Rainha dos Baixinhos", Xuxa, também se declarou fã das *Empreguetes* ao encontrar com Cida nos bastidores de um evento de moda. Já no primeiro capítulo da novela, Marcelo D2 e o filho Stephan deram um show no fictício *Pavilhão do Som*. A cantora Alcione também embalou a noite de um dos capítulos da trama. Sem falar na empregada de Chayene, Socorro (Titina Medeiros) que cantou ao lado de Luan Santana no dia em que sua "patroete" ficou sem voz. A rainha do tecnobrega também dividiu palcos com Joelma e Chimbinha – da banda Calypso -, Ivete Sangalo, e Michel Teló. Recebeu, em casa, durante seu *reality show*, as visitas da dupla Zezé di Camargo e Luciano e da cantora Preta Gil. Pediu ao autor Sílvio de Abreu e ao diretor Jorge Fernando uma participação na novela *Guerra dos Sexos* (sucessora de *Cheias de Charme* no horário das 19h) ao encontrá-los no Projac. E a cantora Gaby Amarantos, que entoou *hit* "Ex Mai Love" durante todas as aberturas da telenovela, participou também do prêmio *DoRéMi*, juntamente com os Caras de Pau Jorginho (Leandro Hassum) e Pedrão (Marcius Melhem). Ainda na premiação, foi exibido um vídeo com mensagens de apelo, para que as *Empreguetes* voltassem a cantar juntas, dos seguintes famosos: Fiuk, Thiaguinho, Sorriso Maroto, Gaby Amarantos, Maria Gadu, Latino, Preta Gil, Diogo Nogueira, Daniel, Sandy, Luan Santana, Toni Garrido, Regina Casé e Buchecha.

Com uma linha bastante tênue entre ficção e realidade, ao retratar o universo musical e o dia-a-dia das três diaristas que ficaram ricas com a inserção de celebridades do mundo real no momento quase hollywoodiano vivido pelas três moças, *Cheias de Charme* sagrou-se como uma telenovela campeã mundial de metalinguagem. A parceria com os programas de entretenimento e até mesmo um programa do setor de jornalismo da emissora – o *Fantástico* promoveu o concurso cultural "A empregada mais cheia de charme do Brasil" – também deu credibilidade ao cenário artístico retratado. O uso da metalinguagem em *Cheias de Charme* se deu de maneira inovadora, como corrobora Patrícia Kogut:

> A equiparação das personagens da ficção a esses ídolos populares reais é um selo consagrador. O diálogo entre uma novela e o seu próprio suporte midiático jamais se deu de forma tão ampla e orgânica. Nunca antes na dramaturgia uma novela alcançou com tantos braços, mãos e dedos, e tamanha naturalidade, outros palcos (KOGUT,2012).

UMA NOVA FORMA DE CONSUMIR TELENOVELA

Outro mérito da telenovela *Cheias de Charme* foi a forma como os autores estreantes usaram a internet a favor da trama. A estratégia foi um marco diferencial na história da teledramaturgia brasileira. Segundo os críticos de televisão do país, a novela das sete "entrará para a história como a primeira novela a trançar, de verdade, a televisão com a internet" (KOGUT, 2012). Neste artigo, vamos abordar duas técnicas utilizadas para manter esse entrelaçamento entre as duas mídias: a segunda tela e a transmídia.

> A segunda tela pode ser qualquer dispositivo com acesso à internet como smartphones, tablets, notebooks, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. Uma experiência que potencializa a repercussão do conteúdo e o laço social, e tem se tornado cada vez mais comum (FINGER, 2013).

Partindo desse conceito, *Cheias de Charme* ofereceu aos seguidores da trama uma segunda tela com possibilidades infinitas de acesso. O portal TVG http://tvg.globo.com/novelas/cheias-de-charme/, oferecia links básicos, como resumo dos capítulos, personagens, bastidores e fotos. E mais do que isso: todos os episódios ficavam disponíveis na íntegra para que os telespectadores pudessem acessar quando e de onde pudessem. No entanto, apenas assinantes globo.com tinham o privilégio de assisti-los sem

cortes. Para usuários não-assinantes, os capítulos eram fragmentados em cenas a serem baixadas individualmente.

Ainda no portal, a possibilidade de encontrar vídeos e músicas que marcaram a trama, como os shows e participações nos programas da TV Globo, os videoclipes e músicas das *Empreguetes*, além da seção Extras, onde encontravam-se links para entrevistas com os atores comentando sobre seus personagens e a preparação para representá-los; entrevistas com os famosos que participaram da trama falando sobre os personagens e a participação na novela; vídeos com o elenco em homenagem ao dia dos pais, escolhendo o "momento mais 1,99 de seu personagem", cantando a música "Vida de Empreguete"; bastidores das gravações dos clipes das *Empreguetes*; vídeos interativos ensinando a coreografia de "Forró das Curicas" (música da cantora Chayene), ensinando a fazer o famoso empadão de frango da Rosário, além de links para a loja de produtos da telenovela e para dicas de limpeza.

O portal também dava acesso a outros subprodutos, como por exemplo, o site do Fã-Clube Oficial das *Empreguetes* (mantido pela própria produção da trama) e o blog *Estrelas do Tom*, mantido por Tom Bastos (Bruno Mazzeo), empresário de Chayene, Fabian e das Empreguetes. Enfim, os telespectadores podiam encontrar uma infinidade de links, textos, vídeos, músicas e conteúdos para navegar enquanto assistiam ao capítulo do dia, ou depois que o mesmo já tivesse ido ao ar.

A outra técnica utilizada em *Cheias de Charme* que alia TV e Internet é a transmídia, integração de conteúdos e meios com o objetivo de evidenciar a colaboração do usuário, que passa a ter vez e voz, tornando-se foco das atenções, como inventor de produtos e narrador de experiências. De acordo com JENKINS (2004), a narrativa *transmedia* entrou em debate público pela primeira vez em 1999, com o lançamento do filme independente *A Bruxa de Blair*. Desde então, a indústria do entretenimento tem aplicado estas estratégias, que vão além de transpor um conteúdo de um meio para outro. Trata-se da expansão do produto que vai ser alterado e complementado por outros conteúdos, até mesmo pelos usuários, em diferentes meios e suportes.

> A narrativa torna-se tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia, são várias histórias que compõem um único universo, mas cada uma é contada de forma autônoma e se complementam para dar forma a uma só grande narrativa. As trilogias do cinema, as histórias em quadrinhos e os games são os melhores exemplos (FINGER, 2013).

A narrativa transmidiática revela-se, na atualidade, como a mais eficiente para atrair e atingir públicos distintos. E a primeira experiência nesse sentido, dentro de *Cheias de Charme*, foi o lançamento do primeiro videoclipe das *Empreguetes*, no portal da telenovela, antes mesmo de ser exibido na TV. Depois que as empregadas gravaram as cenas na casa de Chayene, na ficção, o vídeo "Vida de Empreguete" se espalhou pela rede depois que o filho da advogada Lygia postou em uma rede social, no 36° capítulo, em 19/05/2012, um sábado. O clipe só foi ao ar na telinha na segunda-feira posterior, dia 21/05/2012. Em entrevista ao portal UOL, os autores da novela comentaram a iniciativa:

> Liberamos uma cena importante [o vídeo "Vida de Empreguete"] da novela para internet, antes de ir ao ar. Isso nunca tinha sido feito e chamou atenção. Queríamos falar da periferia como o novo centro, da tecnologia viabilizando a produção cultural e pensamos nas domésticas formarem um trio e ficarem conhecidas por meio da internet. Daí surgiu a ideia de fazermos essa brincadeira transmídia (união de diversos veículos de comunicação), de publicar o vídeo na rede no momento em que ele era postado no folhetim (SERRA, 2013).

A iniciativa deu certo e "Vida de Empreguete", o primeiro clipe das *Empreguetes*, teve mais de 12 milhões de visualizações de maio até a véspera do último capítulo (Serra, 2013). A partir de então, a trama contou com várias outras experiências transmidiáticas. Dez dias depois, em 31/05/2012, no blog *Estrelas do Tom* (que seria mantido pelo personagem Tom Bastos), o produtor musical do trio de ex-domésticas lançou o concurso Empreguetes da Internet, no qual os internautas poderiam enviar vídeos com versões do clipe "Vida de Empreguete", com figurinos e coreografias diferentes. O prêmio seria a postagem dos vídeos "mais legais" e uma homenagem aos três melhores. No total, foram contabilizados nove videoclipes enviados ao blog Estrelas do Tom.

Outro exemplo foi o Concurso de Passinhos, lançado por Tom Bastos no programa de Gentil Soares, no capítulo do dia 23/07/2012. Na trama, Sandro (Marcos Palmeira), o marido de Penha, inscreve o filho do casal para participar, sem contar para a mãe do menino. No mesmo dia, o produtor musical lançou o mesmo concurso, só que para os internautas, no blog Estrelas do Tom. Para participar, bastava baixar a música e depois enviar um vídeo com a coreografia. E ao navegar pelo blog, foram encontrados seis vídeos de participações de internautas.

Um mês depois, no capítulo do dia 23/08/2012, o trio de empregadas famosas reuniu-se para uma coletiva de imprensa, na qual lançariam o segundo videoclipe das *Empreguetes*, chamado "Nosso Brilho". Mas as musas, que se tornaram famosas graças ao

clipe que vazou na internet, dessa vez, receberam uma "rasteira" da grande rede. A cantora Chayene pediu a seu empresário que divulgasse o vídeo e, ainda durante a realização da entrevista, o novo *hit* já havia se espalhado pela rede. Novamente, os autores levaram os telespectadores a buscarem o clipe na internet, antes de o mesmo ser exibido na telinha, quando um dos jornalistas se levanta com um *tablet* e anuncia que o clipe já estava na rede. Logo em seguida, um enquadramento fechado no dispositivo mostra em letras garrafais o endereço eletrônico: www.empreguetes.com.br. Neste momento, "Nosso Brilho" já podia ser assistido pela internet, no portal TVG *Cheias de Charme*. No entanto, o videoclipe só foi apresentado oficialmente ao público, pela tela da televisão, dentro da trama, dois capítulos posteriores, no dia 25 de agosto, um sábado.

E para fechar a trama com chave de ouro, os atores usaram uma estratégia que chamou as pessoas a acessarem um novo site criado para atender mais uma iniciativa transmidiática. Depois do vazamento do segundo videoclipe das *Empreguetes*, o trio entrou em crise e as cantoras, emocionadas, anunciam o fim da carreira ao radialista Gentil Soares, no capítulo do dia 27 de agosto. Na sequência, Gentil recebe uma mensagem de que os fãs das *Empreguetes* iniciaram um movimento para o grupo não se separar. Nessa hora, o irmão de Pennha, Elano (Humberto Carrão), e o primeiro produtor do trio, Kleiton (Fábio Neppo) invadem a casa de Rosário. Todos ficam sem entender nada. Mas muito à vontade, o ex-produtor das *Empreguetes* explica:

> *Tô* aqui *pra* dar um recado para todos os fãs das Empreguetes que querem ver elas juntas *pra* sempre...Você que é fã das Empreguetes e não quer que o grupo acabe, acesse a página 'Empreguetes Para Sempre' e deixe sua mensagem ou vídeo dizendo por que as Empreguetes não podem e não devem nunca se separar! (EMPREGUETES, 2013).

Nas camisetas dos personagens, aparecia escrito o endereço do site onde os telespectadores poderiam participar: www.empreguetesparasempre.com.br. Durante a primeira hora de campanha, às 20h56, foram postados 176 comentários de telespectadores, que deixaram mensagens de apoio ao trio e pedindo o retorno das *Empreguetes*. Também já haviam sido postados vídeos, mas de personagens secundários da trama, gravados, certamente, pela própria produção da telenovela, dizendo por que o grupo não podia acabar.

Durante monitoramento realizado a fim de acompanhar a adesão dos telespectadores à campanha e, portanto, a eficácia de mais essa iniciativa transmidiática, foi feito um acesso ao site cerca de 24 horas depois do lançamento. Às 19h27 do dia 28 de agosto, o número de comentários havia subido para um total de 7.301 *posts*. Além disso, também já tinham sido

enviados, por telespectadores e fãs da telenovela, mais de 20 vídeos com as mensagens de apoio e retorno do grupo. A produção de *Cheias de Charme* também se encarregou de gravar depoimentos dos famosos Paula Fernandes e Thiaguinho, para colocar no site. Até o último capítulo da novela, o site foi alimentado com novos depoimentos "VIPs", como os de Fiuk, Preta Gil, Sandy, Maria Gadu. Todos os vídeos foram utilizados posteriormente, na trama, durante o prêmio musical *DoRéMi*, na reta final da novela. Já no dia 13 de janeiro de 2013, data do acesso feito para a redação deste artigo, a soma chegava aos 11.699 comentários; oito fotos; 246 vídeos de telespectadores e fãs; e 15 depoimentos, em vídeo, de cantores e grupos musicais.

EMPREGUETES NA VIDA REAL

Tantas foram as experiências transmidiáticas e de metalinguagem em *Cheias de Charme* que as domésticas mais famosas do Brasil saíram da tela da ficção para viver eventos do mundo real. Enquanto a novela ainda estava no ar, podemos citar a participação do *hit* "Vida de Empreguete" nas rádios brasileiras, que chegou a ficar na 35ª colocação entre as 100 músicas mais tocadas. (Serra, 2013). No último capítulo da novela, foi divulgado, simultaneamente na TV e na Internet o livro "Cida a Empreguete – Um Diário Íntimo", inspirado nos depoimentos pessoais do diário da personagem e enriquecido com citações que vão de Clarice Lispector a William Shakespeare. Após o término da trama, a Globo também lançou o DVD "Os Grandes Sucessos Musicais da Novela Cheias de Charme", com 17 faixas, contendo as participações das *Empreguetes*, Chayene e Fabian na novela e os clipes lançados na *soap opera*, além da participação de Zezé di Camargo e Luciano, Michel Teló e João Neto e Frederico.

Contudo, são dois momentos das *Empreguetes* na vida real que mais valem ser destacados. O primeiro deles é a atuação das personagens Penha e Lygia em uma campanha em parceria entre a Rede Globo, a Organização Internacional do Trabalho e a ONU Mulheres que visa incentivar que empregados conheçam seus direitos e que patrões contratem dentro da lei, assinando a carteira de trabalho de seus funcionários. No vídeo estrelado pelas personagens, a advogada Lygia explica que o trabalho com carteira assinada garante direitos como 13º salário, férias remuneradas, salário maternidade, entre outros benefícios. Essas bandeiras foram defendidas durante a telenovela *Cheias de Charme*, tendo

seu ápice na exibição do vídeo "Os direitos do trabalhador doméstico", no capítulo do dia 20 de setembro (CHEIAS DE CHARME, 2013).

E para consagrar o sucesso vivido em 2012, nada melhor do que figurar entre as celebridades da música nacional que cantaram com Roberto Carlos em seu especial de fim de ano. Juntamente com Chayene e Socorro, as *Empreguetes* participaram de uma dramatização seguida de um número musical ao lado do "rei". A participação teve direito até a beijo na boca da personagem vivida pela atriz Cláudia Abreu (CASTRO, 2013). Os últimos eventos apresentados nos levam a inverter a afirmação feita por Jost (2009, p.18) de que "a realidade parece intrometer-se na ficção de várias maneiras" e confirmar que o contrário também é verdadeiro: a ficção também parece se intrometer na realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da utilização de recursos de metalinguagem, segunda tela e transmídia, a telenovela *Cheias de Charme* pode ser considerada um marco na história da teledramaturgia brasileira. Primeiramente por ter conseguido aliar TV e Internet de uma forma nunca vista anteriormente em outros produtos do gênero, colocando em prática aquilo que muitos autores têm chamado de convergência das mídias. Em segundo lugar pela narrativa metalinguística que os autores conseguiram desenvolver na trama, utilizando a própria televisão para mostrar um pouco dos bastidores do mundo das celebridades que passam a conviver nesse meio tão desejado por aqueles que trilham os caminhos da fama.

Outro mérito de *Cheias de Charme* foi o de recolocar o horário das 19h em posição de altos índices de audiência, inclusive conquistando recordes. De acordo com o portal UOL, a média nacional foi de 34 pontos de audiência, entre 16 de abril e 15 de setembro. Por quatro anos, as telenovelas deste horário não atingiram um Ibope tão expressivo: a antecessora *Aquele Beijo* (2011) obteve 25 pontos; *Morde & Assopra* (2011) – 30 pontos; *Ti Ti Ti* (2011) – 30 pontos; *Tempos Modernos* (2010) – 24 pontos; *Caras e Bocas* (2009) – 31; e *Três Irmãs* (2008) – 24 pontos. O recorde do índice surgiu com cinco meses no ar, no dia 23 de julho, quando a novela atingiu 40 pontos no Ibope (o capítulo retratou a falência da família Sarmento e o sucesso das *Empreguetes*). A última trama que havia conseguido esse efeito foi *Da Cor do pecado* (2004), que teve 43 pontos na média nacional (SERRA, 2013).

Os estudos realizados para a produção deste artigo não nos permite concluir se a aposta no uso da Internet aliado à narrativa televisiva foi o fator responsável pela grande audiência da telenovela. A trama utilizou-se de vários elementos tradicionais que conferiram brilho a *Cheias de Charme*, como um enredo que fala sobre o sucesso de empregadas domésticas que passaram do anonimato e até mesmo da humilhação para um mundo de celebridades, atores de renome, figurino impecável, bem como arquétipos, estereótipos e alegorias que geraram projeção e identificação com os telespectadores. Mas os números de acesso ao portal de *Cheias de Charme* e de postagens de comentários e vídeos colaborativos apontam alta navegação pelo conteúdo extra mantido e requerido pelas estratégias utilizadas, podendo ser um indicador de que a junção da televisão às novas mídias seja forma de manter e conquistar audiência – de acordo com o portal UOL, entre os dias 16 de abril e 23 de setembro, o portal recebeu 900 mil visitas diárias. A maior audiência foi em 18 de junho, com 1,9 milhão de acessos, com a cena em que Cida se transformava em "empreguete" durante o casamento de Conrado (Jonatas Faro) e Isadora (Gisele Batista).

Cheias de Charme deixa como contribuição um modelo de sucesso inovador que pode ser seguido em outros programas do gênero e até mesmo em outros formatos de programas televisivos. A minissérie *Subúrbia*, lançada em outubro de 2012, por exemplo, durante suas chamadas, convidava o telespectador a tirar uma foto da logomarca do seriado e enviar por e-mail para a produção. Em troca, os usuários receberiam, via SMS, o link para download da trilha do comercial. Além disso, também foi lançada, em uma iniciativa pioneira da emissora, uma HQ (história em quadrinhos) da minissérie. Na adaptação, a história da trama é contada do ponto de vista da Conceição (Erika Januza), a protagonista.

Seguindo desta forma, sempre oferecendo aos telespectadores experiências transmidiáticas diversificadas, a teledramaturgia brasileira começa a revolucionar o modo de fazer novela no Brasil, e até mesmo em todo o mundo, uma vez que o país é referência neste campo. Mas esse cuidado em oferecer novas possibilidades é essencial, para que não se caia na repetição, na mesmice, nas famosas "receitas de bolo" e o efeito junto à audiência seja contrário, de dissipação, tendo em vista que o "telespectador transmidiático" é também consciente de que pode acessar somente aquilo que lhe despertar verdadeiro interesse.

REFERÊNCIAS

BESSA, Geraldo. TV faz da metalinguagem uma aliada para retratar a realidade. Portal Terra. Disponível em **http://diversao.terra.com.br/tv/tv-faz-da-metalinguagem-uma-aliada-para-retratar-a-realidade,4c0fc63c8b15a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html**. Acesso em 31/07/2013.

CASTRO, Natália. Em gravação de especial, Roberto Carlos canta com As Empreguetes e dança 'Ai, se eu te pego'. Portal O Globo, Rio de Janeiro. Disponível em: http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/em-gravacao-de-especial-roberto-carlos-canta-com-as-empreguetes-danca-ai-se-eu-te-pego-6796987 Acesso pela Internet em 12/01/2013.

CHEIAS de Charme valorizou o trabalho das empregadas domésticas. Globo Cidadania, Rio de Janeiro, 10/10/2012. Disponível em: http://redeglobo.globo.com/globocidadania/nas-novelas/noticia/2012/10/cheias-de-charme-valorizou-o-trabalho-das-empregadas-domesticas.html Acesso pela Internet em 12/01/2013.

EMPREGUETES Para Sempre: Elano e Kleiton lançam campanha na coletiva de fim do trio. Portal TVG Globo.com. Disponível em: http://tvg.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Vem-por-ai/noticia/2012/08/empreguetes-para-sempre-elano-e-kleiton-lancam-campanha-na-coletiva-de-fim-do-trio.html Acesso em 12/01/2013

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis – Understanding New Media**. California: Pine Forge Press, 1998.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. **Um novo mode de ver TV.** In: SBPJOR 2012, Curitiba. Anais eletrônicos. Disponível em: http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1729/255. Acesso pela internet em 12/01/2013.

JOST, François. O que significa falar de "realidade" para a televisão? In: GOMES, Itania Maria Mota (org). Televisão e realidade. Salvador: EDUFBA, 2009

KOGUT, Patrícia. **"Cheias de Charme" inova e mostra sua força se espalhando pela TV**. O Globo, Rio de Janeiro, 27 abr. 2012. Segundo Caderno, p.8.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SERRA, Amanda. **Com 35 produtos, clipes e hits, "Cheias de Charme" se destaca por unir internet e TV**. Portal UOL, São Paulo. Disponível em http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/27/com-20-produtos-clipes-e-hits-cheias-de-charme-se-destaca-por-unir-internet-e-tv.htm Acesso pela internet em 09/01/2013.