A telenovela *Cheias de Charme* e seus modos de mobilização das audiências: deslocamentos textuais como recurso para a transmidialidade[1]

Maria Isabel Orofino[2]

Lívia Cretaz[3]

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo vamos propor uma discussão a partir da observação da telenovela *Cheias de Charme* e as estratégias utilizadas pela sua produção no uso de recursos de transmidialidade. Focamos especificamente nos deslocamentos entre o ficcional e o factual que trouxeram maior dinamismo aos modos de difusão da trama e de participação do público por meio de plataformas diversas, desde a web até em programas promocionais. Usamos como recurso metodológico a identificação de "entre-lugares" nos termos propostos por Homi Bhabha para compreender os deslocamentos do ficcional ao factual (e vice-versa) das personagens do grupo musical 'As Empreguetes' operações estas que foram recorrentes e que articularam a narrativa ficcional a espaços da vida social e cultural brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: apelos textuais; deslocamentos textuais; ficcional, factual, mobilização das audiências.

Introdução

Este artigo traz uma reflexão realizada no âmbito da Rede Obitel Brasil na qual atuamos a partir de nossa inserção junto ao grupo da ESPM SP. Vamos discutir um recurso particular de uso da textualidade da telenovela a partir de deslocamentos entre o ficcional e o factual verificando os modos como os mesmos foram empregados na produção e difusão da narrativa de *Cheias de charme* (Rede Globo, 2012). Vamos localizar estes deslocamentos da narrativa ficcional à narrativa factual (e vice-versa) a partir de dois conceitos a saber, "entre-espaços" como destacado por Ellsworth[4] (2001) ou "entre-lugares" na proposta de Homi Bhabha, (1998)[5] em seus debates sobre as tramas culturais

[1] Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professora Doutora do PPGCOM ESPM. Pesquisadora da Rede Obitel Brasil.
[3] Mestranda do PPGCOM, Bolsista Prosup/Capes, Assistente de pesquisa Rede Obitel Brasil.
[4] ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In SILVA, Tomaz Tadeu: Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2001.
[5] BHABHA, Homi. O local da cultura. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

contemporâneas. Atentas ao fato de que a filosofia da linguagem (e no que toca especialmente à linguagem audiovisual e sua rica articulação entre imagem, texto e som tem-se aqui um particular que é o que nos interessa) há uma longa tradição no que tange à tensão permanente entre os estatutos do real e do ficcional, e que esta ocupa um lugar central ao longo da própria história da linguagem humana. O mito da caverna de Platão é um ponto de partida frequente nos escritos sobre o tema. Não vamos aqui nos deter sobre a longa e rica trajetória deste debate. Cabe apensas destacar que nos vinculamos ao pensamento que "todo relato seja ele verbal ou visual é por natureza ficcional. Ainda que apresente analogias com o mundo real, o relato difere dele radicalmente. (...) Qualquer que seja a sua pretensão quanto à verdade, todos esses discursos são cunhados pela irrealidade porque encenam o mundo a distância" (Jost, 91:2004).

Assim, optamos por usar os conceitos de **ficcional** e **factual** para realizar uma distinção entre as formas deste relato sobre o mundo.

O que temos observado e que nos interessa aqui é os modos como a narrativa de ficção seriada realiza deslocamentos textuais entre o ficcional e o factual como uma estratégia da produção para mobilizar as audiências cada vez mais fragmentada e em trânsito pelas plataformas digitais. Como ocupar este novo território tecnológico com as nossas "velhas" narrativas televisivas?

Um modo recorrente tem sido o uso, cada vez mais frequente entre estes dois territórios, o que chamamos provisoriamente de "entre-espaços" entre o ficcional e o factual, um espaço em que cria-se um "mundo lúdico" entrecruzado por referentes cuja convivência promove uma espécie de *trompe-l'oeil*, que segundo François Jost (2004)[6] é um tipo de ficção que finge passar por realidade, rompendo assim um pacto de leitura, um acordo tácito entre autor e leitor. Este recurso narrativo foi amplamente experimentado na telenovela *Cheias de Charme* (Rede Globo, 2011) como modo de "mobilização das audiências" (Martín-Barbero, 1997)[7] ou poderíamos chamar também como "modo de endereçamento" (Ellsworth, 2001) para uma juventude cujo consumo cultural é pautado por um amplo trânsito entre diferentes plataformas e dispositivos tecnológicos. A seguir vamos identificar os modos como a trama narrativa de *Cheias de charme* potencializou a participação das audiências com a criação de alguns recursos específicos.

[6] JOST, François. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.
[7] MARTÍN-BARBERO, Jesús. O ofício de cartógrafo. São Paulo: Loyola, 2004.

Um pouquinho sobre as Empreguetes na telenovela *Cheias de charme* [8]

O grupo musical 'Empreguetes' composto por Penha, Rosário e Cida formou-se ocasionalmente quando as três empregadas estavam passando a noite na casa da cantora de eletroforró Chayene enquanto a mesma estava viajando. Assim Rosário acordou no meio da noite e resolveu escrever uma música chamada "Vida de Empreguete", na manhã seguinte, Rosário chamou Kleiton para gravar a música com a participação de Penha e Cida no estúdio de Chayene. Depois, acabaram por gravar um clipe no mesmo dia, com as roupas e a casa de Chayene como locação. O videoclipe foi lançado na internet no dia 19 de maio de 2012, iniciando ai a *transmidialidade* que será posteriormente retomada. Na novela, foi divulgado na internet por vários personagens e se tornou um grande hit, resultando na prisão das cantoras recém-lançadas. Elano as livrou da cadeia em um acordo com Chayene, Lygia, Sônia e Ernani e a saída da cadeia surpreendeu as 'Empreguetes', pois a música estava tocando no rádio "Bom Dia Dona Maria" do locutor Gentil Soares (Gustavo Gasparini) e a turma do Borralho arrasava cantando "Vida de Empreguete" que virou uma dor de cabeça principalmente para Sônia que, além do vídeo clipe via Cida com muita raiva de Isadora e tem que ter muito cuidado, pois Cida virou uma fera e pode estragar o casamento de Isadora com Conrado e Ariela com Humberto.

A produção de *entre-espaços* do ficcional ao factual

Na telenovela *Cheias de charme* houve uma série de deslocamentos das personagens *empreguetes* para fora da narrativa ficcional invadindo cenas da vida cultural brasileira. Este deslocamento é por nós localizado como um recurso narrativo de construção de "entre-espaços" do ficcional ao factual (e vice-versa) foi amplamente experimentado na telenovela *Cheias de Charme* (Rede Globo, 2011) como modo de "mobilização das audiências" (Martín-Barbero, 1997) ou poderíamos chamar também como "modo de endereçamento" (Ellsworth,2001) para uma juventude cujo consumo cultural é pautado por um amplo trânsito entre diferentes plataformas e dispositivos tecnológicos.

No entanto, esta não é uma novidade pois este recurso narrativo em que se exploram este "entre-espaços" fora utilizado também em outras narrativas da telenovela como por exemplo em *O Rei do Gado* (Rede Globo, 1997) quando na (hoje emblemática) sequencia do funeral do senador Roberto Caxias (Carlos Vereza) compareceram à

[8] Verifique a sinopse da trama no final deste artigo.

cerimonia os senadores da república Eduardo Suplicy e Benedita da Silva. Também na telenovela *Viver a Vida* (Rede Globo, 2010) a inserção de uma terapeuta entrou na trama narrativa ocupando o seu mesmo lugar no contexto factual. Há, porém uma carência em relação à referências sobre os modos como a telenovela brasileira vem lançamento mão deste tipo de articulação entre o ficcional e o factual.

Nosso objetivo com este trabalho é verificar como a utilização destes "entre-espaços" ocorreu especificamente na trajetória narrativa das 'Empreguetes' e como o recurso ativou a participação das audiências na promoção dos usos sociais da *transmidialidade*. Temos os objetivos também de demarcar um percurso mínimo da presença deste recurso da teledramaturgia brasileira.

A telenovela *Cheias de charme* (Rede Globo, 2012) na medida em que apresentou um enredo que tematizava o mundo do entretenimento musical e o chamado show business podem articular uma série de recursos extra-textuais para ativar e mobilizar a participação das audiências. Estes recursos proporcionaram o deslocamento das cantoras que protagonizavam a narrativa, a saber, Chayene (musa do eletroforró) – e suas "rivais", as 'Empreguetes' Maria do Socorro, Maria da Pena e Maria Aparecida (as Marias).

Com a "saída" das personagens da ficção, as 'Empreguetes' (Socorro, Rosário e Cida) e de sua rival Chayene do enredo da telenovela para frequentar eventos factuais na vida cultural brasileira, as mesmas deixam o lugar ficcional da narrativa da telenovela e penetram em outro espaço cultural conservando todas as características das personagens e não a identidade das atrizes em cena. Este trânsito (o vai-vem da telenovela aos espaços noticiosos) ocorreu de múltiplas formas, desde os sites, blogs e programas da Rede Globo a outros espaços "espontâneos" e pertencentes às organizações em questão como as redes sociais *Facebook* e *YouTube* bem como sites de outras empresas de notícias como Uol, Terra, Adoro Cinema, Revista Quem, entre outros.

Uma vez que a própria trama articulava uma série de eventos midiáticos cujo referente são as próprias dinâmicas da cultura contemporânea (como a difusão de artistas populares com o uso das plataformas digitais e de modo independente) a telenovela lançou mão de recursos de expansão da narrativa ficcional da telenovela para eventos factuais da cultura brasileira, os quais foram promovidos e realizados pela própria Rede Globo. Em linhas gerais, a Rede Globo usou todo o seu aparato institucional e seus programas e recursos próprios para a promoção da telenovela, ativando as audiências com estratégias textuais ancoradas neste aparato.

Destacamos a seguir alguns exemplos do uso destes recursos institucionais para a realização destes deslocamentos textuais, estes *entre-lugares* entre o ficcional e o factual: O primeiro recurso foi a própria difusão do videoclipe 'Vida de Empreguete' na web. Ao usar a internet para divulgar o produto da telenovela a Rede Globo promove o trânsito entre diferentes ambiências midiáticas ativando a participação das audiências via blogs e sites. Após o lançamento do videoclipe na internet a Rede Globo usou o programa *Fantástico* para promover uma campanha do melhor videoclipe realizado por empregadas domésticas de todo o Brasil cuja vencedora Marilene Machado de Jesus (a empregada mais charmosa do Brasil) foi convidada não apenas para gravar uma participação especial na novela, mas também a se apresentar no outro programa da rede, o *Domingão do Faustão* com a presença das "Marias brasileiras". Aí se confirma o potencial de autorreferencialidade utilizado em benefício próprio pela Rede Globo.

Mas o mais interessante foi o modo como posteriormente as cantoras se deslocam "para fora" da própria narrativa ocupando espaços noticiosos e promocionais, não enquanto atrizes no desempenho do seu ofício propriamente, mas como as personagens da ficção falando em nome próprio, realizando o deslocamento em *trompe-l'oeil*, nos termos propostos por François Jost (2004).

A partir daí os usos deste recurso permearam todo o transcurso da teleficção no momento em que esteve no ar.

As 'Empreguetes' e, em suas dinâmicas de rivalidade e competição com Chayene, uma vez que o grupo musical sofre pressões desta rivalidade e que se desmonta, cria-se uma campanha para o retorno das 'Empreguetes' que alcançou espaços como, por exemplo, no programa Encontro, conduzido por Fátima Bernardes. Em 28/09/2012 a site da telenovela *Cheias de charme* produzido pela Rede Globo noticiava:

> Genteeee! Para tudo! A galera aqui do fã-clube não tá nem acreditando. *As* 'Empreguetes' anunciaram o retorno ao sucesso hoje, no programa *Encontro*, da Fátima Bernardes! Nossa galera já se antecipou e editou o vídeo pra vcs verem. Prestem atenção no anúncio das meninas no 01':17"! E teve direito até a Chayene admitindo que ficou feliz com a volta das 'Empreguetes'! Vcs acreditam que a rainha do eletroforró finalmente acertou o nome da Rosário?!!

A tal campanha em prol do retorno das 'Empreguetes' contou com a participação via blogs e sites da Rede Globo com pedidos para o retorno do grupo por parte de artistas brasileiros como Preta Gil, Fiuk, Maria Gadú, Buchecha, Daniel, Toni Garrido,

promovendo aqui o deslocamento de profissionais da arte e cultura na difusão da narrativa ficcional.

Já o deslocamento do ficcional para o factual pode ser observado em, por exemplo, a participação das 'Empreguetes' e de Chayene em eventos midiáticos de grande porte como a Campanha *Criança Esperança 2012* e o Show Especial de Natal do rei Roberto Carlos.

Tanto com a sua entrada no show especial do *Criança Esperança 2012* quanto no de Roberto Carlos a Rede Globo conta com uma difusão de mídia "espontânea" em vários outros veículos de comunicação que não são de sua propriedade, alcançando um "efeito de real" que faz com que a narrativa da telenovela invada os espaços noticiosos, realizando assim um jogo lúdico de transbordamento da narrativa ficcional para os espaços da produção de jornalismo e relatos factuais na vida cotidiana do país.

Foi possível confirmar nossas hipóteses de que: (a) Este recurso narrativo não é necessariamente uma novidade, porém sua presença tende a se acentuar como ferramenta textual que favorece a *transmidialidade*; (b) Sua presença é reveladora da criação de novas estratégias e de novos recursos que estão em diálogo com as demandas colocadas pela *transmidialidade* como nova "forma" narrativa; (c) E também, este recurso intensifica o uso do estilo naturalista que se apresenta como uma estética particular e crescente na teleficção brasileira contemporânea.

Assim, estes deslocamentos textuais proporcionaram e intensificaram uma maior utilização dos recursos de *transmidialidade* que configuram a cena da teledramaturgia contemporânea.

Plataformas midiáticas de apoio às 'empreguetes'

Ao longo do enredo da telenovela, houve uma briga entre as integrantes e o grupo 'Empreguetes' se desfez. É a partir dos desdobramentos midiáticos dessa ruptura que trabalharemos a seguir.

O grupo musical fazia sucesso dentro e fora da trama, e a partir disso houve campanhas pedindo que a banda voltasse à formação original, tanto ficcionalmente como telespectadores enviando vídeos incentivando a volta das 'Empreguetes'.

Dentre os vídeos chamados por encomendados, temos artistas do meio musical declarando apoio ao grupo, como Fiuk, Sandy, Buchecha, Preta Gil, Toni Garrido, Daniel, Luan Santana, entre outros. Dentro do próprio núcleo da telenovela, o personagem de

Sandro, marido da cantora Penha faz uma declaração pedindo o retorno da banda, bem como os personagens Niltinho (Sérgio Malheiros), Dona Voleide (Maria Pompeu) e Ivone (Christiana Kalache). Fora do âmbito da dramaturgia, telespectadores também puderam gravar seus vídeos espontaneamente com pedidos da volta das 'Empreguetes'.

As campanhas tanto foram positivas que em 27/09/12, em uma participação especial no programa *Encontro*, de Fátima Bernardes dentro da telenovela, Penha, Rosário e Cida anunciaram a volta do trio.

De acordo com Kellner (2001) [9], a cultura da mídia é também uma cultura *high-tech*, que explora a tecnologia mais avançada, sendo um dos setores mais lucrativos da economia, e atingindo dimensões globais. "(a) tecnocultura mescla cultura e tecnologia em novas formas e configurações, produzindo novos tipos de sociedade em que mídia e tecnologia se tornam princípios organizadores." (p.10). A partir disso, podemos perceber o quanto as interações dos vídeos tanto dos telespectadores, quanto dos artistas e elenco da novela alavancaram o núcleo das 'Empreguetes', associando as tecnologias digitais com as plataformas midiáticas.

> Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente. A cultura da mídia também fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de "nós" e "eles". Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje. A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global. (KELLNER, 2011, p.9).

A partir do recorte acima, conseguimos perceber que existe uma mescla na formação identitária dos telespectadores, pois a mídia veicula papéis que podem inspirar os telespectadores a se projetarem nos personagens e seu caráter. Talvez o sucesso do trio musical fora da dramaturgia se dê à identificação e as aspirações de mulheres que ora

[9] KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

tenham trabalhado como empregadas domésticas e por meio do grupo se incluam no contexto de ascensão conforme ocorreu com as personagens.

O autor ainda defende a mídia como referência de valores, corroborando as personagens como inspiração aos telespectadores:

> Ademais, a cultura veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socialização: suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento. (KELLNER, 2001, p.27).

Kellner (2001) ainda menciona a televisão comercial predominantemente regida pela estética do realismo representacional, de imagens e histórias que fabricam o real e tentam produzir um efeito de realidade.

> A televisão comercial é constituída como um instrumento de entretenimento, e está claro que seus produtores acreditam que o público se diverte com mais com histórias, com narrativas que contenham personagens, argumentos, convenções e mensagens familiares e reconhecíveis, e com gêneros bem conhecidos. Essa pobreza estética do meio provavelmente foi responsável pelo desprezo com que tem sido ele tratado pelos teóricos eruditos e pela sua designação. (KELLNER, 2001, p.301).

A partir disso, podemos retomar Martín-Barbero (2004) quando defende que as pessoas entrelaçam a trama das telenovelas com suas tramas pessoais.

Transmidialidade, cultura digital e as ‘empreguetes’

A telenovela *Cheias de charme* apresentou uma nova maneira de interação com os usuários. Essa integração se deu graças à convergência da tradicional televisão colidindo com a internet, que pode ser considerada uma nova mídia, criando ao consumidor, um maior poder de conexão. Devemos levar em conta que essa sinergia midiática só pôde ser possível conforme o desenrolar da trama, onde o grupo ‘Empreguetes’ mobilizou audiências fictícias como artistas e os próprios telespectadores com o anúncio do fim do grupo. Aqui, destacamos também o deslocamento das personagens dentro de outros programas da grade da Rede Globo, como o Criança Esperança (campanha de mobilização social) e o especial de fim de ano do cantor Roberto Carlos.

Jenkins (2008) [10] define convergência como fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (p.27). Assim sendo, os espectadores tiveram forte importância na circulação desse conteúdo, alterando a lógica pela qual a indústria midiática opera e a maneira como as notícias e o entretenimento vêm sendo processados e desse modo criando a interação das gravações dos vídeos de apoio ao trio e pedindo sua volta aos palcos na trama. O autor ainda nos traz a seguinte reflexão sobre a disseminação de conteúdos:

> A expressão 'cultura participativa' contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considera-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia - ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. (JENKINS, 2008, p.27).

Para a campanha de volta o trio 'Empreguetes', fez com que os espectadores saíssem da televisão de fossem para a internet e para outros programas da grade: "perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs". (JENKINS, 2008, p.47). Retomando os exemplos dados, o grupo participou do show beneficente Criança Esperança e do musical especial de fim de ano de Roberto Carlos, tido como *rei*.

Sendo assim, a *transmidialidade* potencializou a diversidade cultural, ampliando tanto as mídias tradicionais como as mídias ainda em desenvolvimento, como a internet.

Lévy (1999)[11] define que a *cibercultura* inventa outra forma de fazer advir a presença virtual do humano frente a si mesmo que não pela imposição da unidade de sentido. (p. 248).

> A *cibercultura* é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais

[10] JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
[11] LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34. 1999.

> encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato. (LÉVY, 1999, p.130).

Lévy (1999) aponta que os laços sociais que unem as pessoas na rede não se relacionam com nenhuma instância totalizante. A convergência de pessoas em um grupo particular na rede não é dada pelo território, pela demarcação política, como ocorre nas campanhas de guerra. Do mesmo modo, não há uma organização por trás de cada grupo da rede organizando as pessoas e totalizando as linguagens. As pessoas se juntam por terem interesses comuns. Lévy (1999) chama a rede de "humana" porque vê nela uma universalização por interesses próprios, e não por interesse político e econômico. Telespectadores sem nenhum laço social e sem estarem sendo movidas por questões politicas ou sociais, mas por vontade própria e possivelmente motivados pela campanha que a Rede Globo realizou, se mobilizaram pela volta do grupo 'Empreguetes' que foi se alastrando com a ajuda da internet.

A internet respondeu a uma necessidade humana. A explosão da internet, sua rápida ampliação e alcance, bem como as diversas formas que surgiram de se expressar através desse ambiente é reflexo dessa necessidade latente.

> O correio, como sistema social de comunicação, encontra-se intimamente ligado à ascensão das ideias e das práticas que valorizam a liberdade de expressão e a noção de livre contrato entre indivíduos. Podemos ver claramente, nesse caso, como uma infraestrutura de comunicação pode ser investida por uma corrente cultural que vai, no mesmo movimento, transformar seu significado social e estimular sua evolução técnica e organizacional. (LÉVY, 1999, p.125).

Aqui podemos compreender que a utilizações do correio foi quando se permitiu a conexão entre indivíduos, revelaram um fenômeno cultural. Ou melhor, a utilização do correio quando essa permitiu a conexão entre as pessoas transformou a sua proposta inicial. A infraestrutura foi utilizada exatamente como o nome aponta: como uma estrutura que dá a base para uma série de práticas, as quais certamente não foram cogitadas em sua proposta inicial. Da mesma maneira, a rede de computadores abriu um grande leque de utilizações, que envolvem diversas práticas que vão aos poucos revelando a sua função social. Novamente atribuímos à internet a repercussão da campanha pela volta das 'Empreguetes', sem esquecer que esta não foi a única ferramenta, uma vez que as personagens se deslocaram por outros programas da Rede Globo.

Conclusão

Para Resende (2001)[12], a telenovela tem como forte expressão da indústria cultural, é um produto cultural midiático que compreende tanto uma linguagem estética como também representa uma forma de comunicação, em que circulam e são oferecidos modelos de vida, sonhos e ideais. A telenovela ocupa, em vários países, a maior parte do tempo de uma parcela significativa da população, chegando a telenovela a orientar o agendamento de atividades do espectador para fora de seu horário de exibição. O acompanhamento de capítulos tende a criar novos domínios e repertórios, e, desta experiência, emerge a subjetividade, aspecto regulador da interação social.

Chegando até aqui, pudemos perceber a relevância da telenovela no contexto brasileiro, o quanto as pessoas projetam suas vidas e questões ideológicas na dramaturgia, bem como o papel da televisão e sua representação na tentativa de produzir o efeito de realidade. Trouxemos também o conceito de *transmidialidade* expandindo a diversidade cultural da trama de *Cheias de Charme* e o deslocamento do grupo musical entre espaços ficcionais e factuais dentre os programas da emissora e a participação do público buscando pistas e influenciando o desfecho da trama aclamando a volta do trio 'Empreguetes'.

REFERÊNCIAS

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

ELLSWORTH, Elizabeth. *Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também*. In SILVA, Tomaz Tadeu: Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Eduitora Autêntica, 2001.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Editora UFMG: Belo Horizonte, 2011.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

[12] RESENDE, Vera da Rocha. A vida em capítulos. In: DOWBOR, Ladislau *et al*. *Desafios da comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34. 1999.

LOPES, Maria I. V. de et al. *Observatório Ibero Americano da Ficção Televisiva* – OBITEL 2011: qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *O ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.

RESENDE, Vera da Rocha. *A vida em capítulos*. In: DOWBOR, Ladislau *et al*. *Desafios da comunicação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-101831/ Acesso: 19/03/2013

http://caras.uol.com.br/revista/981/secao/destaques/empreguetes-cantam-ao-vivo-no-crianca-esperanca#image0 Acesso: 19/03/2013

http://meusjogosdemeninas.uol.com.br/jogo/90802.html#.UVG8UxcU88w Acesso: 19/03/2013

http://ofuxico.terra.com.br/noticias-sobre-famosos/roberto-carlos-canta-com-as-empreguetes-e-ganha-beijo-na-boca-de-chayene/2012/11/21-154838.html Acesso: 19/03/2013

http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2012/08/empreguetes-se-apresentam-no-crianca-esperanca.html Acesso: 19/03/2013

http://televisao.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2013/01/16/globo-aposentou-as-empreguetes-de-vez.htm Acesso: 19/03/2013

http://tvg.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Empreguetes/noticia/2012/09 Acesso: 19/03/2013

Sinopse da telenovela *Cheias de charme*

A telenovela *Cheias de charme* foi exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 e 28 de setembro de 2012, em 143 capítulos substituindo Aquele Beijo e sendo substituída Guerra dos Sexos. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg, direção-geral de Carlos Araújo, direção de núcleo de Denise Saraceni, e conta com a supervisão de texto de Ricardo Linhares, é a 80ª "novela das sete" exibida pela emissora.

Cheias de Charme conseguiu em seu primeiro capítulo, 35 pontos de audiência. Em comparação a suas antecessoras, *Aquele Beijo* e *Morde & Assopra* que conquistaram 35 e 32 pontos de média no respectivamente no primeiro capítulo. Em seus 34 primeiros capítulos o folhetim registrou média de 29,5 pontos, sendo a novela das 19 horas mais assistida em cinco anos, ficando atrás de *Sete Pecados* exibida em 2007, que registrou 30,8 de média. Teve média geral de 30,04 pontos. No capítulo exibido em 12 de julho, alcançou a maior audiência desde sua estreia, registrando média de 37 pontos com 40 de pico.

No último capítulo alcançou média de 33 pontos no IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), superior a audiência do último capítulo de sua antecessora, *Aquele Beijo* (30 pontos), porém inferior aos finais de novelas de outras do mesmo horário, *Ti Ti Ti* (37 pontos) e *Morde & Assopra* (36 pontos).

A trama de *Cheias de Charme* conta a história de três empregadas domésticas — Maria da Penha (Taís Araújo), Maria Aparecida (Cida – interpretada por Isabelle Drummond) e Maria do Rosário (Leandra Leal) que, por sorte ou talento, mudarão seu destino.

Penha é uma mulher de 34 anos, batalhadora, que criou sozinha seus irmãos Alana (Sylvia Nazareth) e Elano (Humberto Carrão), depois que a sua mãe e seu pai os abandonou. Penha é esposa de Sandro (Marcos Palmeira), um malandro que não quer saber de trabalhar e é viciado em futebol. Penha e Sandro tem um filho: o pequeno Patrick (Nicolas Paixão). Penha trabalha como empregada na casa da cantora Chayene (Cláudia Abreu), uma diva do eletroforró e tecnobrega que amarga numa má fase, esta, ela atribui a um sobrepeso inexistente. Chayene é uma mulher má que destrata todos os seus empregados. Um dia, Chayene agride fisicamente Penha, por ela ter queimado acidentalmente seu vestido. Penha vai até a delegacia denunciar a patroa.

Rosário é uma cozinheira sonhadora, que sonha em ser cantora e é apaixonada pelo cantor sertanejo universitário Fabian (Ricardo Tozzi). Ela consegue ir ao *show* dele, porém se mete em uma tremenda encrenca e é detida pelos seguranças do cantor e levada para a delegacia. Rosário conhece Inácio (Ricardo Tozzi), um homem simples, que é igual ao cantor Fabian, e por isso, Inácio odeia Fabian e sofre por ser confundido com o cantor pelas fãs malucas dele. Rosário se apaixona por ele. Porém Inácio quer apenas ter uma família, e não aprova o sonho de Rosário de ser cantora.

Cida é uma garota de 19 anos que mora com sua madrinha, Valda (Dhu Moraes), na casa de Sônia (Alexandra Richter), uma mulher rica e má que é casada com Ernani (Tato

Gabus Mendes) e tem duas filhas: Ariela (Simone Gutierrez) e Isadora (Giselle Batista). A mãe de Cida, Dolores, foi uma empregada de Sônia, que morreu. Cida e sua madrinha então trabalham como empregadas domésticas e são muito destratadas pelos patrões. Cida tem um namorado: Rodinei (Jayme Matarazzo). Ela o flagra com Brunessa (Chandelly Braz), uma *piriguete* que vive brigando com Cida, numa boate e se mete em encrenca, e levada para a delegacia.

Penha, Rosário e Cida acabam detidas por desacato e se conhecem na cadeia e logo simpatizam umas com as outras. As três empregadas fazem um pacto: "Dia de *empreguete*, véspera de madame". Rosário vai trabalhar na casa de Chayene no lugar de Penha. Penha por sua vez, vai trabalhar na casa de Lygia (Malu Galli), uma advogada de bom caráter. Cida namora Conrado Werneck (Jonatas Faro), um homem sem caráter, rico, que não sabe que ela é empregada. Isadora chega de viagem, e Conrado descobre toda a verdade. Isadora é má e invejosa e consegue separar Cida de Conrado e ficar com ele. Cida sofre muito na mão dos patrões, principalmente na de Sônia e Isadora, que a humilham constantemente, e juntas formam uma dupla de vilãs, mãe e filha. Ariela é a filha mais velha de Sônia, que, por estar acima do peso, faz várias dietas malucas. Ariela é noiva de Humberto (Rodrigo Pandolfo), e é um pouco esnobe, sendo assim uma vilã cômica. Certo dia, Rosário chama Penha e Cida para a casa de Chayene, que está fora. As três resolvem se divertir e com a ajuda de Kleiton (Fábio Neppo), criam uma música "Vida de *Empreguete*". Lá, o videoclipe é filmado e as roupas são de Chayene. O clipe faz sucesso, e elas resolvem formar uma banda: "*Empreguetes*". Criam novas músicas como: "Maria Brasileira", "Forró das Curicas", entre outras. As ‘Empreguetes’ começam a fazer sucesso cada vez mais, o que desperta o interesse do empresário picareta Tom Bastos (Bruno Mazzeo) e o cantor Fabian, que querem a todo custo separar Rosário de Inácio. O sucesso das ‘Empreguetes’ também desperta a inveja de Chayene, que com a ajuda de sua empregada, Socorro (Titina Medeiros), que é obcecada pela cantora, arquitetam todo o mal para prejudicar o trio.