

Desvelando Meu Pedacinho de Chão: a telenovela e suas relações intertextuais e intratextuais¹

Denise Aristimunha de Lima²

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS.

Resumo

Este artigo investiga as relações intertextuais e intratextuais, sob a perspectiva da promocionalidade, na telenovela *Meu pedacinho de Chão* (2014). Para a análise convocam-se procedimentos empregados na descrição de um objeto semiótico. O *corpus* da pesquisa são cenas da última quinzena de maio. Ao final, apresenta-se a análise dos recursos estratégicos discursivos, para demonstrar o quanto essa telenovela se diferencia das demais em seu formato e em suas estratégias promocionais.

Palavras-chave: Telenovela; Promocionalidade; *Merchandising*; Realismo fantástico.

1 Introdução

A televisão aberta possui um modelo de propaganda que será ultrapassado, seja em função do que já ocorre que é a possibilidade de troca de canais – *zapping*³ – ou pela tecnologia que avança os comerciais – *zipping*⁴ – e ainda pela múltipla oferta de telas que disputam a atenção dos telespectadores (celulares, *tablets*, computadores). O que tem se observado é que os subgêneros⁵ pensados para televisão estão migrando para dentro dos programas causando uma mistura nos planos, confundindo o público entre ficção e realidade. Castro explica que este uso causa um embaralhamento, e consiste também em deixar “[...] superposta a multiplicidade de vozes que permitem ao público leituras plurais” (CASTRO, 2008, p. 52).

O objetivo da pesquisa é identificar como a telenovela *Meu Pedacinho de Chão* aciona a promocionalidade. Buscam-se encontrar movimentos de promocionalidade nos níveis intertextual, diferenciando este produto de outros, e intratextual, examinando as relações estabelecidas dentro da telenovela, em especial no núcleo infantil da trama.

2 Promocionalidade

A relação entre publicidade e televisão não se define apenas em espaços comerciais, disponíveis em forma de patrocínio, intervalo comercial ou *merchandising*. Uma emissora depende destes espaços comerciais para se estabelecer como empresa de

¹Trabalho apresentado no DTPublicidade e Propaganda, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (PPGCom/UFSM), e-mail: denisealima@gmail.com

³ “*Zapping*: troca de canais feita pelo espectador” por COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009. p. 56.

⁴*Zipping*: avançar ou retroceder a imagem saltando cenas e comprimindo o tempo dramático. Idem, *Ibidem*. p. 56.

⁵Categorias (na publicidade) em que se pode identificar a estrutura que assumem entre outras características por CASTRO, Maria Lília. **Do gênero ao formato promocional televisual**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

comunicação, mas se utiliza também da promocionalidade para divulgação de sua programação: “[...] a televisão é o melhor canal de divulgação da própria televisão”. A publicidade, inserida tanto nos intervalos como no interior dos produtos televisivos, quando bem executada, adquire força, pela sua instância comunicativa que perpassa o dia a dia do público. No cenário brasileiro, uma ação promocional veiculada na televisão atinge, em segundos, milhares de pessoas (FREITAS, 2007, p. 16). De acordo com Castro (2007), há uma relação de dependência mútua entre publicidade e televisão, uma não sobrevive sem a outra, como forma de manter-se economicamente, ou pela possibilidade comunicativa de conseguir atingir um público maior que os outros meios.

A busca pela inovação ocorre em ambiente cuja ordem é criar vínculos com a audiência. São rotinas que se conformam: “A audiência é hábito. É repetição. [...] A televisão é a agenda do brasileiro. O ritual inabalável do horário nobre é que nos possibilita marcar um encontro com os amigos, depois da novela das oito [...]” (FREITAS, 2007, p.16). Uma das formas de manifestação da promocionalidade é o *merchandising* que, quando bem planejado, não compromete o desenvolvimento da trama. A inserção pode ocorrer de três formas: gerando espaços e falas especialmente para o aparecimento de um produto. Isto ocorre através de colocação de produtos no cenário das produções que é o *merchandising* comercial; pode se realizar através de inserção de temas ou valores dentro da trama, recebendo a denominação de *merchandising* social; ou a partir de referências aos produtos da própria emissora que seria o *merchandising* autorreferencial (CASTRO, 2006; 2012).

No campo das telenovelas, Castro argumenta que as falas publicitárias são colocadas no discurso sem perder sua identificação com o real, apesar de estarem em uma narrativa ficcional, esses personagens, com sua conduta de vida e seus valores entregam ao produto novas significações, outros sentidos que não seriam possíveis fora daquele contexto. Segundo esta autora o papel conferido a um ator nessa situação não é apenas apresentar o produto, “[...] é determinado personagem que, dentro da trama, tem uma conduta de vida, expõe seus sentimentos e suas ideias, representa valores e, por isso, confere outra dimensão de sentido” (CASTRO, 2006, p.10).

3 Base teórica para a análise

A partir da semiótica greimasiana estuda-se o texto. De acordo com Greimas e Courtés o texto é utilizado como sinônimo de discurso, para eles, tanto texto como

discurso também podem ser empregados para análise de um espetáculo, ou outro evento que contenha uma semiótica não-linguística (GREIMAS e COURTÉS, 2008, p. 503).

Hjelmslev (2013) discorre da importância em considerar o texto como processo, subjacente a uma língua, seu sistema. Em sua teoria da linguagem, um sentido lógico-matemático é aplicado à análise dos textos, traduzido no entendimento de que só é possível um processo a partir de um sistema (HJELMSLEV, 2013).

Para a análise semiótica convocam-se procedimentos empregados na descrição de um objeto semiótico (GREIMAS e COURTÉS, 2008). Toma-se como referência o conceito de análise por Hjelmslev (2013, p. 33-34) cujo propósito é o “[...] registro de certas dependências ou certos relacionamentos entre termos”. Para ele a análise é feita a partir da descrição do objeto “[...] através das dependências homogêneas de outros objetos em relação ao primeiro e das dependências entre eles reciprocamente”. O autor explica que não pode haver função semiótica sem a presença conjunta de expressão e conteúdo. Hjelmslev (2013) expõe que “todo signo, todo sistema de signo, toda língua enfim, abriga em si uma forma da expressão e uma forma do conteúdo”. Assim, ele explica que deve-se seguir em um primeiro momento uma divisão nesses dois aspectos que ele nomeou de plano da expressão e plano do conteúdo.

Os planos comportam cada um deles forma e substância e somente através da projeção da forma do conteúdo e da expressão sobre a substância do conteúdo e da expressão é que se tem o sentido, ou seja, a semiose: “o plano de expressão está em relação de pressuposição recíproca com o plano do conteúdo, e a reunião deles no momento do ato de linguagem corresponde à semiose” (GREIMAS e COURTÉS, 2008, p. 197). Para compreender semiose é preciso partir dos planos de conteúdo e de expressão, sem separá-los, pois eles só são compreendidos a partir de suas relações (HJELMSLEV, 2013).

Na dimensão desses dois planos, analisam-se as **relações intratextuais**, através da verificação de estratégias de tematização, figurativização, temporalização, espacialização, actorialização e tonalização. Tematização é um procedimento que dissemina valores dentro de uma narrativa, distribuindo-os em objetos, nos sujeitos ou em outros elementos, de forma difusa ou concentrada. A figurativização consiste em figuração e iconização, ou seja, determinar as figuras semióticas dentro do enunciado e revesti-las de forma a representá-las mais fidedignas. A temporalização se dá através de programação temporal, localização temporal e aspectualização, esses procedimentos

transformam a narrativa em história. A espacialização permeia o campo semântico, é composta de procedimentos de localização e programação espacial. A actorialização é um recurso que visa dotar os atores, instituindo características intrínsecas aos sujeitos ou materializadas em objetos tematizados independentes. E a tonalização, confere ao discurso indícios pelos quais indicam o modo como o texto deve ser reconhecido (GREIMAS e COURTÉS, 2008, DUARTE, 2007).

Nas **relações intertextuais**, examinam-se as articulações entre o texto e outros com os quais mantém relações de caráter sintagmático (metadiscursividade e autorreflexividade) e paradigmático (gênero, subgênero e formato) (CASTRO e DUARTE, 2014). A metadiscursividade é quando o discurso fala de outro. Duarte explica estes recursos: “[...] todo metadiscorso atualiza relações intertextuais que se pautam por certas condições de precedência temporal”. Já a autorreflexividade “[...] é um procedimento de autorreferenciação da ordem da incidência. Implica a presença de um sujeito que faça de si próprio objeto do discurso por ele mesmo produzido” (DUARTE, 2007, p. 03).

4 Desenvolvimento da análise

São demarcados os limites de análise do texto, ou seja, os níveis de pertinência nos quais a análise é pautada. Assim, as instâncias discursivas são analisadas através das relações intertextuais e intratextuais, observados do texto.

4.1 Relações intertextuais

As emissoras brasileiras dispõem de variadas formas de autopromoção e promoção de produtos e, entre os produtos midiáticos que mais se utilizam dessa promocionalidade está a telenovela. A telenovela *Meu Pedacinho de Chão* é um *remake* da produção de mesmo nome, que estreou em 1971 inaugurando o espaço de novela das seis na grade de programação da Rede Globo de Televisão (RGT). O *remake* de 2014 já nasceu com atributos que determinariam sua visibilidade, tendo como autor Benedito Rui Barbosa, dramaturgo conhecido pelas telenovelas *Renascer* (1993) e *Rei do Gado* (1996-1997), sucessos de audiência e como diretor Luiz Fernando de Carvalho, conhecido pelas obras *Hoje é dia de Maria* (2005), *A Pedra do Reino* (2007), entre outras. Ambos são renomados profissionais que retomam parceria após o sucesso de audiência que foi *Rei do Gado*.

Outro diferencial dessa obra em relação às demais é que todos os capítulos foram entregues pelo autor antes do início da trama: “*Meu Pedacinho de Chão*, novela que substitui Joia Rara no horário das seis da Globo, só vai ao ar daqui a três meses, mas já tem todos os seus 115 capítulos (inclusive o último) escritos e entregues” (BENEDITO RUY BARBOSA..., 2013).

4.1.1 Eixo paradigmático: gênero, subgênero e formato

A telenovela *Meu Pedacinho de Chão*, desde o início foi anunciada como um gênero ficcional diferenciado. As chamadas de lançamento da obra a denominavam como a nova fábula das seis. Este subgênero telenovela se distancia dos demais por inaugurar um formato diferenciado para as telenovelas. Tanto o autor como o diretor haviam trabalhado com o gênero fábula em *sitcom*⁶ e *microsérie*. Benedito Rui Barbosa foi um dos diretores do Sítio do Pica-Pau Amarelo (1977), adaptação da obra de Monteiro Lobato. Já Luiz Fernando Carvalho incorporou personagens de fábula em *Hoje é Dia de Maria*. Borelli et. al. (2009) expõem que o território do fantástico, frequentemente, é encontrado em telenovelas em núcleos ou em personagens.

Em *Meu Pedacinho de Chão*, quase toda telenovela remete ao fantástico. Em relação ao espaço onde é ambientada – a Vila de Santa Fé –, em que as árvores são revestidas por artes em crochê, as casas são feitas de lata, as flores e os animais são de plástico ou outro material sintético; “A paisagem na cidade cenográfica de *Meu Pedacinho de Chão* deixa claro, desde o primeiro instante, que o visitante entrou em um universo muito especial: o do imaginário de uma criança”. A proposta concebida pelo diretor Luiz Fernando Carvalho foi de recriar a Vila de Santa Fé pelos olhos dos protagonistas do núcleo infantil: Serelepe e Pituca (CIDADE CENOGRÁFICA DE..., 2014).

Quanto ao figurino, a telenovela adota figurino baseado nos contos infantis e que se repetem com poucas trocas durante toda a trama. A responsável pelo figurino, Thanara Schördie, trabalhou com o diretor em *Capitu* e usou referências de histórias infantis para as composições (FIGURINISTA DE MEU..., 2014). Não é possível identificar o tempo em que se passa, pois as roupas fazem alusão ao século XVIII e XIX, porém, no cenário aparecem automóveis e livros de Monteiro Lobato. A constituição dos próprios personagens, caracterizados por identidades estereotipadas: a

⁶O termo surgiu no Reino Unido e significa comédias de situação.

professora, o médico, o coronel, e também pela prosódia caipira, empregada pela maior parte deles.

Todos os elementos supracitados ajudam a criar este mundo à parte, que é a Vila de Santa Fé, onde apenas os diálogos parecem se assemelhar à realidade. Assim, a partir de Ostrowski (1966 apud TODOROV, 2012), corrobora-se que o fantástico transgride um ou mais elementos constitutivos de um esquema de experiência humana. Os elementos analisáveis, representativos da realidade, estariam ligados aos personagens (matéria e consciência), objetos (matéria e espaço) e se constituem em ações regidas pela casualidade e/ou finalidade em um determinado tempo. A transgressão de um ou mais elementos para este autor levaria a considerar o fantástico em uma obra de ficção.

A obra possui duração mais curta que as demais, e por isso, talvez esteja antecipando um futuro mais razoável para esse subgênero ficcional. A emissora é resistente quanto à duração com a justificativa de que oito meses são necessários para que o produto dê o retorno de investimento. Mas este ano será de telenovelas mais curtas em razão da Copa que mudará a grade de programação e também por solicitação dos profissionais envolvidos (UM ANO DE..., 2014).

Apesar de Benedito Rui Barbosa afirmar que a obra não é um *remake*. “[...] não é *remake*, isso é importante e faço questão de dizer. [...] Vou manter o nome dos personagens e fazer o que a censura não me deixou” (BENEDITO RUI..., 2014). Balogh e Mungiolli (2009, p. 343), indicam que “O *remake* exige um *updating*, não se trata de apresentar o mesmo produto, mas sim de atualizar e tornar mais palatável o produto dentro do gosto da contemporaneidade”. As autoras acrescentam que estes produtos costumam apresentar diferenças do original, personagens, temas e a própria estrutura podem ser alterados. Assim, talvez o autor queira desvincular a obra da história original, mas o certo é que assim como aquela teve grande repercussão, pois foi considerada a primeira novela educativa, esta também movimentou questões que perpassam intensamente a realidade brasileira tematizadas na educação, na política e na saúde.

4.1.2 Eixo sintagmático: metadiscursividade e autorreflexividade

Utiliza-se da metadiscursividade, ao trazer em seu enunciado, o discurso empregado através das obras de Monteiro Lobato. Chambat-Houillon indica que “[...] o objeto dos discursos televisuais pode ser também um outro discurso, já formulado e expresso em outro lugar”. A autora expõe que frequentemente “[...] as emissões tomam

emprestado fragmentos de discursos, imagens de outras mídias [...]” (CHAMBAT-HOUILLO, 2007, p. 138). De acordo com Barros (2005, p. 55), “Partindo do princípio de que todo discurso procura persuadir seu destinatário de que é verdadeiro (ou falso), os mecanismos discursivos têm, em última análise, por finalidade criar ilusão de verdade”. Assim, infere-se que o autor Benedito Ruy Barbosa, ao trazer as obras de Monteiro Lobato, busca efeitos de realidade para incentivar o enunciatário à leitura. Esses efeitos são construídos em cima de pessoas, espaços e datas que o receptor reconheça como reais qualquer mensagem associada a eles (BARROS, 2005, p. 66).

A autorreflexividade é percebida através dos assuntos inseridos na trama. Os principais temas são a alfabetização e a política, tanto que a protagonista é uma professora; e os antagonistas, políticos. Outros temas como religião e saúde também são abordados. Em vésperas de eleições, a telenovela parece ter sido convocada para dialogar com o público e mostrar seu interesse por assuntos da atualidade. É a forma, também, de a empresa de comunicação mostrar seu envolvimento com a sociedade. Duarte indica que “[...] a televisão promove a confusão deliberada entre esses diferentes planos de realidade”. A autora esclarece que em telenovelas, ocorre a supra-realidade, que seria um produto televisual em que não há compromisso direto com a realidade do mundo (DUARTE, 2008, p.188).

4.2 Relações intratextuais

Neste item, é feita a descrição e análise das cenas selecionadas durante a última quinzena de maio. As cenas identificadas são as dos dias 21, 22, 23, 24, 26, 27, 30 e 31. Contudo, a análise ocorre somente nas cenas do dia 21, 23 e 26 que são as mais representativas. A figura 1 apresenta os personagens.

					
Personagem Serelepe Ator Tomás Sampaio	Personagem Pituca Atriz Geytsa Garcia	Personagem Ferdinando Ator Johnny Massaro	Personagem Mãe Benta Atriz TeudaBara	Personagem Tuim Ator KaueSouza	Personagem Zelão Ator Irândhir Santos

Fonte: SiteGshow (<http://gshow.globo.com/novelas/meu-pedacinho-de-cao/personagens/>).

Figura 1 – Personagens de *Meu Pedacinho de Chão*

4.2.1 Detalhamento das cenas

Cenas do dia 21 e 23 de maio – Na primeira cena, Ferdinando apresenta o livro Peter Pan à Pituca, fala da Terra do Nunca, do poder de voar, da fadinha Sininho (figura 2). Na outra, Tuim reclama que Serelepe fica tempo demais na escola. Serelepe fala da felicidade que é saber ler e escrever. Tuim duvida que ele já saiba. Serelepe descreve Peter Pan para Tuim, as aventuras, o poder de voar e a fada Sininho (figura 3).



Figuras 2 e 3 – Ferdinando apresenta o livro à Pituca; os personagens falam dos temas das histórias.

Nas cenas do dia 21 de maio, a tematização decorre da possibilidade de imaginar, de sonhar através da leitura do livro apresentado. Os valores estão espalhados no livro do Peter Pan, na descrição dos personagens. A figurativização ocorre através das imagens do livro que encarnam o tema e da interação dos personagens com este objeto. Quanto à temporalização, o discurso acontece em época desconhecida, mas quando remete às histórias de Monteiro Lobato infere-se que seja em décadas posteriores a de 20 do século passado. Conforme a história se apresenta, Ferdinando relembra que aquele livro fora um dos primeiros que lera em sua infância. A personagem Pituca quando desafiada por Ferdinando a voar, a narrativa recorre a *mini flashbacks* de cenas dela com Serelepe que, se intercalam, dando sequência a cena. A espacialização da cena é a casa dos personagens, à porta do quarto de Ferdinando e se desenrola pelo andar superior desta casa. Em relação à actorialização, o personagem Ferdinando, irmão mais velho de Pituca, no momento em que apresenta o livro a ela está investido em incorporar alguns detalhes da fábula com intuito de despertar sua curiosidade para a história do livro. Quanto à tonalização, a cena se desenvolve com tom educativo, pois sugere a leitura de um livro e convida o telespectador ao encantamento que os livros oferecem pelo poder da imaginação.

Na cena do dia 23 de maio, a tematização filia-se à alfabetização, pois o assunto se espalha entre os personagens que conversam sobre a importância de saber ler e escrever e de frequentar a escola. A figurativização ocorre através dos elogios e da

descrição sintética do livro Peter Pan. A temporalização da cena acontece com o personagem Tuim lembrando que Serelepe passa na escola e que por isso está sem tempo para ele e Pituca e também enfatizando que no próximo ano também irá frequentar a escola. Serelepe narra partes do livro para convencer Tuim da história de aventura. A espacialização da cena ocorre num jardim da cidade de Santa Fé. A actorialização se dá através dos três atores do núcleo infantil que compõem a cena. Serelepe que narra detalhes do personagem Peter Pan. Tuim que acredita que as ideias do livro são bobagens. E Pituca que possui o poder de emprestar os livros e adiantar alguns detalhes das histórias. E a tonalização desta cena indica que deva ser interpretada, de forma sutil, como uma convocação à alfabetização das crianças.

Cenas do dia 26 de maio - Nesta cena, Serelepe fala sobre o mundo encantado do livro *Reinações de Narizinho* (figura 4); Zelão e Mãe Benta ficam curiosos com o livro (figura 5).



Figuras 4 e 5 – Sequência de cenas que falam sobre leitura e alfabetização.

Na cena do dia 26 de maio, a tematização gira em torno da leitura e alfabetização. Na cena, Serelepe fala sobre o livro *Reinações de Narizinho* e desperta em Zelão a vontade de aprender a ler. Para a figurativização, o livro *Reinações de Narizinho* é apresentado por Serelepe a Mãe Benta e é explorado por Zelão com curiosidade. A temporalização se dá na ordem das cenas entre Serelepe – Zelão e Mãe Benta e Zelão, como uma espécie de inquisição à leitura. A espacialização acontece na casa da Mãe Benta. A actorialização ocorre por meio do personagem Serelepe que está muito encantado com o livro, contando passagens para a Mãe Benta e para o Zelão. E a tonalização evoca, novamente, a questão educativa presente nos livros, através da ironia de um garoto que já sabe ler provocando a curiosidade em um adulto analfabeto.

Como se pode observar, educação e política são assuntos que parecem estar intrinsecamente ligados à criação do autor Benedito Ruy Barbosa—É uma telenovela educativa, pois, em todos os capítulos há uma preocupação com temática social. A

política da emissora RGT, através de um documento elaborado em 2004, é de que autores incluam em seus roteiros causas sociais. Faz parte do fazer desta emissora trabalhar esses temas em suas novelas, a estratégia é denominada *merchandising* social. Schiavo (2006) reconhece que esse tipo de estratégia encontrou algumas dificuldades no início de sua implantação principalmente em telenovelas de época, em tramas inverossímeis e/ou com autores que não estavam suficientemente envolvidos para encaixar os temas nas histórias. No caso de Benedito Ruy Barbosa, parece não haver essa dificuldade de inserção. Apesar de ter obtido baixos índices de audiência⁷, comparada às outras telenovelas das seis, esta telenovela é um produto totalmente diferente dos outros. O público não está acostumado com inovações. Contudo, a RGT cada vez que promove uma telenovela com temática social, somando a isto autor e diretor consagrados e equipe de atores de nível de novela das oito, investe na marca da emissora e vincula valores importantes à sua imagem.

O tema educação, como *merchandising* social, foi inserido na trama desde seu enredo. Quando os personagens estão lendo as obras de Monteiro Lobato, há uma amarração bem feita pelo autor, pois ficaria difícil imaginar outro tipo de inserção como o *merchandising* comercial, nesse tipo de telenovela que se passa em um tempo não determinado e com elementos indicativos de narrativa fantástica.

4.3 Resultados observados

A telenovela *Meu Pedacinho de Chão* inova ao buscar na linguagem cinematográfica como Eisenstein predizia “[...] o mais poderoso meio de composição para se contar uma história” (EISENSTEIN, 2002, p. 110). Eisenstein defendia que deveria se exigir a qualidade da montagem filme após filme, numa crescente constante. E isso que *Meu Pedacinho de Chão* vem mostrando ao surpreender os telespectadores através de técnicas como *tilt shift* que desfoca as cenas, ou “[...] mudar a janela de exibição numa sequência - o widescreen 16:9 virou cinemascope para depois retornar à tela cheia” e ainda “[...] carregar no uso de filtros que assemelham as imagens - ultracoloridas - a pinturas, de tão saturadas que ficam” (OLIVEIRA, 2014). A cada cena, a produção se revela nos mínimos detalhes pela movimentação dos atores, no desenho da luz, na filmagem e edição como um todo: “Com uma edição fora do padrão

⁷Desde a estreia no dia 7 de abril até a última quinta-feira (19), o folhetim registra 17,7 pontos no Ibope da Grande São Paulo, batendo o recorde negativo de *Lado a Lado*, que era de 18,2 pontos em Blog Famosos e Tv. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/meu-pedacinho-de-chao-tem-pior-audiencia-do-horario-e-ganha-apelido-maldoso-21062014>> Acesso em 24 jun.2014.

que se estabeleceu para novelas [...] e inteira no propósito de servir a personagens tão peculiares. Afinal, não se pode filmar um Zelão como, por exemplo, o pessoal do Leblon” (VILLALBA, 2014), fazendo referência às novelas do autor Manoel Carlos, nas quais há sempre um núcleo de personagens que mora nesse bairro do Rio de Janeiro.

Além do apoio em linguagem cinematográfica, a obra também traz elementos do teatro, fórmula já testada pelo diretor Luiz Fernando de Carvalho em suas minisséries. A microssérie Capitu, por exemplo, congregava bem os elementos cênicos do teatro, as expressões mais intensas. Em *Meu Pedacinho de Chão*, o autor apresenta “[...] um set sobre o outro, em dois andares, como a boca de cena do teatro [...] Não é preciso conhecer esse passado teatral para se deixar encantar pela imagem” fazendo uma referência a Ziembinski⁸ (PADIGLIONI, 2014). Carvalho revela que “[...] tudo se passa através de uma dramaturgia, a um só golpe, lírica e cômica, repleta de personagens inesquecíveis” (AUTOR DA GLOBO..., 2014). Em outro momento, o diretor acrescenta “Essa novela é completamente atípica. Não posso chamar de novela algo que tem 100 episódios, só 20 personagens e é atemporal. A tudo isso se junta o fato de a novela ser uma fábula”. O autor revela que a partir destes elementos, a telenovela é gerada sob uma perspectiva mais artística, já que não há preocupação em montar e desmontar cenários e com os inúmeros figurinos que outros tipos de novela requerem (NOVELA MEU PEDACINHO..., 2014).

Durante o período de análise, pode-se dizer que houve *merchandising* social, pois as cenas analisadas abordaram questões relacionadas à educação, à leitura, que são temas de interesse de toda sociedade. Houve a apresentação de parte das obras de Monteiro Lobato (como Peter Pan, Reações de Narizinho Viagem ao céu, Caçadas de Pedrinho), comentadas pelos personagens (figura 6).

Parte da coleção Monteiro Lobato apresentada nas cenas.



Figura 6 – Obras de Monteiro Lobato

⁸Sobre a histórica montagem original do *Vestido de Noiva*, de Nelson Rodrigues.

Nas imagens analisadas, não há a identificação clara do produto em apenas uma tomada, como ocorre nos *merchandisings* habituais, isso vai se mostrando no decorrer da trama. Pode-se perceber de imediato que não são edições recentes pelo desgaste dos livros, pelas páginas amareladas e costuras da lombada aparentes.

5 Conclusão

A partir da lógica da mídia que opera nas emissoras e dentro destes discursos, origina-se uma reflexão de que existem diferentes tipos de telenovelas: algumas que dialogam mais com o dia a dia do público, em que o compromisso principal não é com a história, visto que esta pode ser mudada a qualquer momento (pelos níveis de audiência) e assim, é caracterizada como obra aberta; outras são de época ou contadas como narrativas fantásticas, e neste sentido dificultam a inserção de *merchandising*, que é o caso da telenovela analisada.

Verificou-se que *Meu Pedacinho de Chão* corresponde a uma narrativa diferenciada, passada no território do fantástico, em que o *merchandising* empregado é do tipo social. Assim, o embaralhamento causado pelas estratégias de *merchandising* nessas narrativas, seria pensado desde o início, sendo incorporado de forma que a percepção não seria de imediato, tão engendrado estaria no contexto da história. Contudo, a novela chama a atenção por possuir diferenciais estéticos que contribuem para que o plano de expressão seja totalmente diferente das demais. Através da análise das cenas, verificou-se que há um compromisso do enunciador em levar ao público o debate de temas sociais, sobretudo, de questões políticas, muito pertinentes para população brasileira que está próxima às eleições.

Referências

AUTOR DA GLOBO dita novela inteira para neto digitar, revela diretor. Depoimento Luiz Fernando de Carvalho por Daniel Castro. Disponível em:
<<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/autor-da-globo-dita-novela-inteira-para-neto-digitar-revela-diretor-1722>>. Acesso em: 12 abr.2014.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto**. São Paulo: Editora Parma, 2005. Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2014 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014. 151 p.: il.



BENEDITO RUY BARBOSA já entregou todos os capítulos de sua nova novela. Portal da UOL. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/diversao/televisao/benedito-ruy-barbosa-ja-entregou-todos-os-capitulos-de-sua-nova-novela>>. Acesso em: 11 jun.2014.

BORELLI, Silvia Helena Simões; SILVA, Josefina de Fátima Tranquilin; FIGUEIREDO, Ana Maria Camargo, et. al. Narrativas da juventude e do feminino. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (org.). **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.

CASTRO, Maria Lilia Dias de. **Em torno de uma gramática promocional em televisão**. IN: Ada Cristina Machado da Silveira... [et. al.], (orgs.).- Santa Maria: FACOS-UFSM, 2012.

_____. **Subgêneros e formatos na perspectiva do texto promocional**. UNIrevista - Vol. 1, nº 3 : (julho de 2006). Disponível em:<http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_MLCastro.PDF>. Acesso em: 01 jun.2014.

_____. Práticas publicitárias: o embaralhamento do discurso promocional. IN: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de. (orgs.). **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

CASTRO, Maria Lilia Dias de; DUARTE, Elizabeth Bastos. Anotações de sala de aula, na disciplina de Semiótica Discursiva: aplicações ao audiovisual, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM). Santa Maria, 21 abr.2014.

CHAMBAT-HOULLON, Marie-France. O formato televisual: produção, programação e recepção. IN:Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lilia Dias de Castro. (orgs.).**Comunicação Audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre, Sulina, 2007.

CIDADE CENOGRÁFICA 'DE BRINQUEDO' consumiu cerca de 20 toneladas de lata. TV Galpão. 2014. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/meu-pedacinho-de-chao/extras/noticia/2014/04/cidade-cenografica-de-brinquedo-de-consumiu-cerca-de-20-toneladas-de-lata.html>>. Acesso em: 15 jun.2014.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Quando e como a tv fala de si**. Revista Compós2004 Disponível em:<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/23/24>>. Acesso em: 13 jul.2014.

_____. Televisão: a recorrência a um mundo paralelo. IN: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de. (orgs.). **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. **Televisão: entre gêneros, formatos e tons**. IN: Intercom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação. Santos, 2007.



EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FIGURINISTA DE MEU Pedacinho de Chão, ThanaraSchönardie ganha exposição. Site do Gshow. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/meu-pedacinho-de-chao/extras/noticia/2014/07/figurinista-de-meu-pedacinho-de-chao-thanara-schonardie-ganha-exposicao.html>>. Acesso em: 15 jul.2014.

FREITAS, Alberto. Produtos de caráter promocional: publicidade, propaganda, marketing social e merchandising. IN: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de. (orgs.). **Televisão: entre o mercado e a academia II**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

GREIMAS, Algirdas Julius; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

MAIA, Eneide; ANDRADE, Ronaldo; DUARTE, Francisco. **O gerenciamento de projetos em uma obra aberta: o caso das telenovelas brasileiras**. *Sistemas & Gestão*. V7. N2, 2012, pp. 144-162. Disponível em: <<http://www.uff.br/sg/index.php/sg/article/view/V7N2A2/V7N2A2>>. Acesso em: 21 jun.2014.

MEU PEDACINHO DE chão. Disponível em <<http://www.teledramaturgia.com.br/tele/meupedacinho71b.asp>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

OLIVEIRA, FERNANDO. **‘Meu pedacinho de Chão’ estreia com a menor audiência da história das novelas das seis e muita ousadia estética**. Portal R7. Blog Mundo da TV. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/blogs/mundo-da-tv/critica/meu-pedacinho-de-chao-critica-20140407/>>. Acesso em: 07 abr.2014.

PADIGLIONE, Cristina. **Benedito Ruy Barbosavolta à cena**. Blog Cristina Padiglione. Estadão. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,benedito-ruy-barbosa-volta-a-cena,1149820>>. Acesso em: 18 jun.2014.

_____. **Isso não é um ‘pedacinho’ de chão, é um latifúndio**. Blog Cristina Padiglione. Estadão. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/cristina-padiglione/isso-nao-e-um-pedacinho-de-chao-e-um-latifundio/>>. Acesso em: 11 jun.2014.

_____. **Novela “Meu Pedacinho de Chão” volta com apenas 20 atores**. Blog Cristina Padiglione. Estadão. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,novela-meu-pedacinho-de-chao-volta-com-apenas-20-atores,1139292>>. Acesso em: 21 jun.2014.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014

SCHIAVO, Marcio Ruiz. **Dez Anos de Merchandising Social**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1820-1.pdf>>. Acesso em: 18 jun.2014.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à literatura fantástica**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

VILLALBA, Patrícia. **Meu pedacinho de chão leva as novelas um passo à frente**. Blog Quanto drama. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/folhetinescas/no-fundo-do-olho-de-zelao-um-belo-passo-da-telenovela/>>. Acesso em 20 jul.2014.

_____. **Um ano de novelas mais curtas. Ainda bem**. Blog Quanto drama. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/folhetinescas/novelas-mais-curtas-em-2014/>>. Acesso em: 07 abr.2014.