

MARCÍLIO SOARES DE SOUZA

**Temática, Tema e *Merchandising Social* em telenovela:
memória, recepção, percepção**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Interfaces Sociais da Comunicação, Linha de Pesquisa Educomunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Doutor em Ciências da Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Adilson Odair Citelli.

São Paulo
2009

A Tese sob o título **Temática, Tema e *Merchandising Social em telenovela: memória, recepção, percepção***, realizada por Marcílio Soares de Souza, doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, foi _____ em defesa realizada no dia _____ de _____ de 2008, pela banca composta por:

Prof.(a) Dr.(a)

Prof.(a) Dr.(a)

Prof.(a) Dr.(a)

Profa. Dra. Maria de Lourdes Motter.

Presente na nossa memória.

Marcas eternas com a sua produção intelectual.

Orientações profícuas.

Que falta nos faz.

Durante a estruturação desta pesquisa houve a constante participação da Professora e Orientadora, que partiu deixando muita saudade.

A ela, manifesto minha imensa gratidão.

Agradeço também ao Prof. Dr. Adilson Odair Citelli, pelo acolhimento, orientação e empenho.

Dedico a todos que contribuíram, de forma direta ou não, com essa realização de fundamental importância em minha vida.

RESUMO

Temática, Tema e *Merchandising* Social em telenovela: memória, recepção, percepção

Essa tese consiste num esforço acadêmico multidisciplinar em compreender alguns aspectos relacionados à veiculação de abordagens sociais em telenovela brasileira específica: lembranças, recepção e percepção.

Por meio de investigação empírica objetivou-se a levantar, em primeira instância, as lembranças das Temáticas, Temas e *Merchandising* Social de telespectadores da telenovela “Páginas da Vida”, escrita por Manoel Carlos, para a Rede Globo de Televisão. Em um segundo momento procurou-se verificar e analisar as principais mediações, em especial os níveis educacionais formais, atuantes na recepção de fragmentos das abordagens sociais veiculados na telenovela já mencionada. E, finalmente, buscou-se avaliar a percepção dos mesmos conteúdos, levando em consideração, em especial, a mediação da educação formal.

Para alcançar tais propósitos, foram pesquisados grupos de telespectadores da telenovela, portadores de cada um dos níveis educacionais formais adotados nesse estudo.

Palavras-chave: televisão; telenovela; temática, tema e merchandising social; educação formal; memória; recepção; percepção.

ABSTRACT

Social Thematic, Theme and Merchandising in television soap opera: remembering, reception, perception.

This thesis consists in a multidisciplinary academic effort to understanding a few aspects related to the dissemination of social issues in specific Brazilian soap opera: remembering, reception and perception.

Through an empirical inquiry intended to raise, first and foremost, the viewer's remembrances of the Thematic, Theme and Social Merchandising propagated by the soap opera "Páginas da Vida", written by Manoel Carlos, for the Rede Globo of Television. In a second moment also the main mediation have to be verify and analyzed, especially the formal educational levels active in the reception of fragments of the social issues promulgated in the soap opera mentioned above. And finally the perception of the some contents was evaluated, which took especially in consideration, the mediation provided by the formal education.

In order to do it, groups of the soap opera viewers were interviewed, with each one of the adopted formal educational levels in this research.

Key words: television; soap opera; thematic, theme and social merchandising; formal education; memory; reception; perception.

SUMÁRIO

1 – Introdução	7
2 – Conceituação, históricos e problemática: televisão; telenovela; ‘merchandising’ social; educação; memória, recepção, percepção	11
3 – Discussões teóricas acerca da problemática abordada:	23
3.1 Televisão e Telenovela no Brasil: duas histórias que se confundem	23
3.2 Temática, Tema e <i>Merchandising</i> Social: revisão dos conceitos	31
3.3 Educação, Educação Formal e outros processos educacionais: especificidades brasileiras	36
3.4 Língua e Linguagem: bases para o processo educativo e transmissão de conhecimento	45
3.5 Memória e Lembranças: indivíduo e a coletividade	48
3.6 Recepção e as Mediações	54
3.7 Percepção: “janela para o mundo”	64
3.8 Comunicação, Memória, Recepção e Percepção: relações e distanciamentos	82
4 – Hipóteses	86
5 – Procedimentos metodológicos	88
6 – Percorso da pesquisa	95
7 – Descrição dos dados empíricos: pessoais; escolaridade; fontes de informação; memória; estudo de recepção; teste de percepção	97

8 – Análises gerais dos dados empíricos (Interpretação)	137
9 – Dados empíricos à luz das discussões teóricas (Interpretação/ Reflexão)	153
10 – Conclusões finais	162
11 – Bibliografia de referência	174
12 – Anexos	178

01. INTRODUÇÃO

Inicialmente, é necessário mencionar que este estudo consiste numa continuação da temática abordada na dissertação: “TELEVISÃO E EDUCAÇÃO FORMAL: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO”, apresentada por Souza ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, em 2001¹. No entanto, a investigação atual foi delineada com outro foco, averiguando a recepção apenas de Temas, Temáticas e Merchandising Social, contendo, inclusive, uma nova proposta de levantamento de lembranças² de uma telenovela, além da análise da percepção de abordagens sociais.

Apesar da extensão agora empreendida, não significou exatamente que o objeto tenha sido tratado da mesma forma nem que os procedimentos metodológicos consistiram nos mesmos, mas que alguns dos resultados da pesquisa anterior foram considerados nessa nova investigação, principalmente para a formulação da problemática que se propôs para a tese.

No estudo anterior, a maior preocupação foi investigar a interferência dos níveis educacionais formais na recepção de conteúdos televisivos, permanecendo, assim, as discussões primordialmente na esfera da recepção. O desafio agora consistiu, além do levantamento das lembranças dos telespectadores da telenovela “Páginas da Vida”, na verificação e análise da mediação, ou mesmo a interferência de diversos fatores mediadores, em especial os níveis educacionais formais na recepção de conteúdos televisivos específicos: Temática, Tema e *Merchandising Social*, e, por último, ainda na avaliação da mediação, ou não, dos mesmos níveis educacionais, bem como outros fatores

¹ Vejamos o resumo da dissertação, para uma melhor compreensão da atual proposta: “O presente trabalho visa a comprovar empiricamente que os níveis educacionais formais interferem na recepção de conteúdos televisivos. A partir de uma pesquisa empírica realizada em dez cidades brasileiras, conclui-se que indivíduos com níveis educacionais formais diferentes recebem diversos conteúdos televisivos de forma diferente, dependendo especificamente do grau de ‘dificuldade’ dos conteúdos. Esse estudo, além de chegar a essa conclusão e discorrer a respeito das causas e consequências da interferência dos níveis educacionais, efetiva um extenso levantamento acerca das atitudes e dos comportamentos dos telespectadores perante a televisão e define ainda novos conceitos para alguns grupos de telespectadores.” (p.4).

² No sentido de resgate de informações previamente armazenadas no cérebro.

intervenientes na percepção desses mesmos conteúdos televisivos. Para tanto, tornou-se necessário uma nova estrutura de análise, com abordagens teórica e metodológica diferentes das anteriores.

Vale salientar que o estudo ora desenvolvido, além de ter sido realizado sob a ótica dos estudos latino-americanos de recepção, que geralmente defendem a interferência de fatores histórico-sócio-culturais nas relações de indivíduos com os meios de comunicação e tem como principais representantes Jesús Martín-Barbero, na Colômbia, e Guillermo Orozco Gómez, no México, - não podendo deixar de fora alguns estudos realizados no Brasil, que de alguma forma apresentam semelhanças, ou mesmo continuidade, com os estudos dos autores acima mencionados: Carlos Eduardo Lins da Silva (1983); Odina Fachel (1986); Mauro Wilton de Souza (1986); Nilda Jacks (1993); Maria Immacolata Lopes (1995); Roseli Aparecida Fígaro Paulino (1999) e Jiani Adriana Bonin (2001) -, visou também abordar a temática sob uma outra ótica, a da percepção, o que significou, na prática, um olhar além do momento imediato da recepção dos conteúdos editados. É necessário referir, também, a grande importância para essa investigação dos estudos realizados por Ecléa Bosí, que discorrem a respeito das lembranças de velhos sobre São Paulo, na estruturação do levantamento das lembranças dos telespectadores das Temáticas, Temas e *Merchandising Social* abordados na telenovela de Manoel Carlos.

Em suma, a investigação começou a tomar corpo pelo levantamento das lembranças das Temáticas, Temas e *Merchandising Social* enfocados na telenovela da Rede Globo “Páginas da Vida”, o que consistiu no primeiro assunto do estudo. Por meio dessa aferição, podemos tanto verificar o potencial comunicativo das abordagens sociais em telenovelas, como averiguar o conhecimento específico dos entrevistados relacionado aos assuntos tratados nos conteúdos analisados.

O contexto estudado na pesquisa também remeteu, na seqüência, às mediações, em especial a dos níveis educacionais formais, na recepção de conteúdos televisivos (Temática, Tema e *Merchandising Social*), e também à interferência desses mesmos níveis, além de outros fatores intervenientes, na percepção das mesmas abordagens. Em decorrência das mencionadas inquirições conseguimos avaliar as recepções de informações pretensamente educativas, com intuito de promover alterações nas atitudes e comportamentos dos telespectadores, além de verificarmos as capacidades perceptivas e de armazenamento na

memória desses assuntos pelos respectivos grupos de pessoas com escolaridades formais determinadas.

Vale salientar que, em termos do senso comum, e mesmo em se tratando de pontos de vista de intelectuais e acadêmicos, não é muito difícil prever o surgimento de afirmações imediatas e simplistas que defendam a mediação dos níveis educacionais, bem como de outros fatores, na percepção, em específico, de conteúdos televisivos, entretanto, pensando em termos científicos, ainda não foi encontrado nenhum estudo que analisasse profundamente e comprovasse tais mediações.

Tendo em vista tais considerações iniciais, os assuntos acima serão analisados a partir, essencial e imediatamente, da definição e assimilação dos seguintes conceitos fundamentais: televisão; conteúdos televisivos; telenovela; Temática, Tema e *Merchandising* Social; educação; educação formal; lembrança, memória; recepção; mediação e percepção.

Devemos atentar, porém, buscando algumas justificativas para nossa pesquisa, que com o desenvolvimento da Comunicação Social, principalmente no tocante às técnicas utilizadas, fundamentalmente as eletrônicas, deu-se uma intensificação na interligação entre os povos por intermédio dos veículos comunicativos, tanto em termos locais e regionais quanto em escalas nacionais e também em circunstância mundial. Algo a ser considerado é que esse evento da expansão da atuação da mídia deu-se tão somente no decorrer de algumas décadas, período muito curto quando comparado com a história dos meios mais tradicionais, como o jornal impresso e a revista. Hoje, as distâncias territoriais não consistem mais em um problema para a difusão de informações e notícias. Em fração de segundos um dado pode percorrer os lugares mais distantes do planeta, e até fora desse. Presenciamos um momento histórico que valoriza extremamente atos relacionados à transmissão de informação.

A difusão massiva de meios de comunicação na sociedade ocorreu de forma bastante rápida no decorrer da segunda metade do século XX. Nesse processo acelerado de expansão, um meio de comunicação desenvolveu-se com extrema rapidez e transformou-se no principal veículo comunicativo de massa: a televisão.

Nas sociedades ocidentais contemporâneas, a televisão tem se apresentado como o maior difusor de conteúdos, dos mais banais aos mais carregados de conhecimento. No

entanto, na maioria, portando grandes possibilidades de interferências e transformações sociais.

No caso brasileiro, considerando as mais diversas peculiaridades sócio-culturais, bem como educacionais, além de a televisão ter se tornado no meio de comunicação que mais atinge a população como um todo, participando inclusive decisivamente no projeto de integração nacional, ela também se destaca como o veículo com maior potencial de interferir na realidade social, principalmente em decorrência de conteúdos noticiosos e melodramáticos, provocando alterações e manutenções específicas de padrões, valores e normas na sociedade. Consiste, dessa forma, em objeto constante de investigação, justificando, portanto, o próprio interesse pelo enfoque dessa investigação.

02. CONCEITUAÇÃO, HISTÓRICOS E PROBLEMÁTICA: televisão; telenovela; ‘merchandising’ social; educação; memória, recepção, percepção.

No decorrer deste item, serão apresentados, além de preliminarmente discutidos, os conceitos fundamentais presentes no percurso do estudo, alguns dados históricos relacionados aos assuntos envolvidos, bem como demonstrada a problematização dos contextos em investigação. Vale lembrar que as discussões teóricas relacionadas com o objeto de análise deverão ser desenvolvidas em tópicos posteriores destinados a esse fim, quando inclusive análises conceituais complementares ganharão corpo.

A televisão, que surgiu nos anos 20 do século passado e foi introduzida no Brasil em 1950, teve uma expansão extraordinária no mundo e na sociedade brasileira, e, há cerca de três décadas, despontou por aqui como o principal veículo de comunicação, com maior alcance nacional.

Na prática, devido ao franco alargamento da atuação desse meio comunicativo, a televisão já faz parte da maioria das nossas vidas há algum tempo. Praticamente, em todos os dias, assistimos a algum programa ou mesmo passamos em frente a um aparelho ligado e damos uma olhada rápida. Esse veículo tornou-se tão familiar e incorporado ao nosso cotidiano que raras vezes nos perguntamos: afinal, o que é a televisão? De tão presente, tornou-se algo natural.

Verificar o significado em dicionários não é suficiente³, à medida que a televisão é muito mais do que os conceitos técnicos, restritos e simplificados apresentados nessas publicações. Precisa-se ir além dessas definições imediatas para se desvendar esse meio. Conforme salienta Hoineff: “a televisão determina os valores e influencia praticamente todas as atitudes do homem moderno.”⁴. Assim, a televisão não é apenas um veículo que transmite imagens e sons, mas também um meio disseminador de informações,

³ Televisão é o “Processo de conversão de imagens animadas em sinais elétricos que podem ser transmitidos pelo rádio ou através de cabo para receptores distantes onde os sinais são reconvertidos nas imagens animadas originais.” (Dicionário de Língua Portuguesa Michaelis) ou “Sistema eletrônico para transmitir imagens fixas ou animadas, juntamente com o som, através de um fio ou do espaço, por aparelhos que convertem em ondas elétricas e os transformam em raios de luz visível e sons audíveis.” (Neto, J. V. **Dicionário de Telecomunicações**).

⁴ Hoineff, N. **TV em Expansão**, p. 22.

essencialmente impregnadas de valores, normas, costumes sociais. Um potencial mantenedor e transformador da ‘cultura’. Como diz Berger:

*A televisão pode ser vista como um veículo de entretenimento – mas entretenimento não tem o sentido de algo insignificante. O que nos atinge como entretenimento ajuda na nossa socialização, dá para nós imagens de um outro que podem ser estereotipadas e enganosas, e têm significativas conseqüências políticas e econômicas*⁵ [tradução nossa]

Deve-se ter em mente que o fato de a televisão interferir ou atuar como mediador no processo de socialização, não consiste em algo novo para as Ciências Humanas. Existe uma vasta bibliografia sobre essa questão, das mais diversas filiações paradigmáticas⁶. Já o fato, em particular, de os níveis educacionais mediar a recepção de conteúdos televisivos não foi ainda tão debatido⁷, apesar dos estudos que analisam as mais diversas mediações na recepção de conteúdos televisivos. No entanto, não foi certificada a existência de nenhum estudo analisando a interferência da educação formal na recepção de *Merchandising Social*. No tocante às mediações, e, mais especificamente, a mediação ou não dos níveis educacionais formais, na percepção de conteúdos televisivos, no caso *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social*, pode ser tido como algo ainda praticamente inédito nos estudos científicos. Assunto a ser desbravado.

No caso brasileiro, deve-se também levar em consideração que a expansão e atuação do meio televisivo estão totalmente atreladas à telenovela. Esse produto, além de ser algo que desenvolveu um formato, ou padrão, genuinamente nacional, apresenta-se como o

⁵ Berger, A. *Television in Society*, p. 1.

⁶ Ver, dentre outros: Berry, G. *Television and The Socialization of the Minority Child*; Davies, M. *Television is Good for Your Kids*; Greenfield, P. *Mind and Media*; Withey, S. *Television and Social Behavior Beyond Violence and Children*; Kottak, P. *Prime-Time Society – An Anthropological Analyses of Television and Culture*; Williams, R. *Television – Technology and Cultural Form*; Hoineff, N. **TV em Expansão**.

⁷ Além do estudo realizado por Souza, no âmbito do Programa de Pós-graduação da UnB, não foi encontrada nenhuma obra que discutisse de forma contundente e específica a interferência ou mediação dos níveis educacionais na recepção de conteúdos televisivos. O que geralmente se faz é adotar os níveis educacionais apenas como variáveis de cruzamento, sem traçar grandes discussões analíticas a respeito.

principal gênero televisivo⁸. Por meio da novela, ou melhor, dos seus conteúdos, parte significativa de toda uma nação se orienta e se vê representada⁹. Para Lopes: “A construção de sentidos sobre os discursos da vida pública e da vida privada brasileira passa pela telenovela”¹⁰, a qual consiste numa “narrativa sobre a nação”.

Em referência à Temática, ao Tema e *Merchandising Social* em telenovela, que consistem nas divulgações de abordagens sociais¹¹ nas tramas das telenovelas, percebe-se as suas recorrências no nosso principal produto televisivo, principalmente nas telenovelas do horário nobre da Rede Globo de Televisão (‘das 8h da noite’, como são comumente chamadas as telenovelas das 20h). Houve um aumento expressivo das inserções dessa natureza nas telenovelas brasileiras nas três últimas décadas, chegando hoje a aparecerem em praticamente metade das obras¹². Há algum tempo, a TV Globo mantém inclusive um setor somente para cuidar das inserções desses conteúdos. Na telenovela “Páginas da Vida”, em específico, objeto de estudo dessa investigação, as abordagens sociais tornaram-se uma constante, inclusive participando diretamente da trama principal da obra. Como os telespectadores vêem esses novos enfoques? De que forma eles se posicionam perante as abordagens dessa natureza? Quais são as lembranças desses conteúdos, alguns meses após o final da telenovela?

⁸ A escolha da telenovela como principal produto da televisão brasileira é facilmente defendida por meio da menção e citação de partes dos conteúdos e afirmações dos principais trabalhos científicos já realizados sobre a temática. Ver, dentre outros: Luiz Augusto Milanese, **O Paraíso Via Embratel**, 1978; Samira Youssef Campedelli, **A Telenovela**, 1985; Mauro Wilton de Souza, **A Rosa Púrpura de cada dia**, 1986; Michèle & Armand Mattelart, **O Carnaval das Imagens**, 1989; Artur da Távola, 1996; Eugênio Bucci, **Brasil em Tempos de TV**, 1997; Elide Maria Fogolari, **Fazenda Esperança**, 2001; Jiani Adriana Bonin, **Identidade Étnica, Cotidiano Familiar e Telenovela**, 2001; Maria Lourdes Motter, **Ficção e Realidade – A Construção do Cotidiano na Telenovela**, 1999/ 2003; Maria Immacolata Vassallo Lopes, **Vivendo com a Telenovela. Mediações, Recepção, Teleficcionalidade**, 2001; Maria Immacolata Vassallo Lopes, **Telenovela Brasileira: Uma Narrativa Sobre a Nação** – Revista Comunicação & Educação n° 26-, 2003.

⁹ Os altos índices de audiência das novelas globais não são recentes: índices médios de 64% em *Dancing Days* (1978/79); 65% em *Pai Herói* (1979); 63% em *Coração Alado* (1980); 63% em *Baila Comigo* (1981); 74% em *Roque Santeiro* (1985) — Fonte: tese de Mauro Wilton de Souza, 1986 —; 46% em *Laços de Família e Celebridade* (2004). No último capítulo da novela *Celebridade* obteve-se o pico de 67% de audiência, com 82% dos aparelhos ligados na emissora (Fonte: IBOPE). Em 95 mercados, os 5 programas líderes de audiência são da Globo, dos quais 3 são novelas (Fonte: BIP – Boletim de Informação para Publicitários, da Globo – Outubro 2007, n° 536).

¹⁰ Lopes, M. I. V. de. *Telenovela Brasileira: Uma Narrativa Sobre a Nação* – Revista Comunicação & Educação n° 26-, p.17.

¹¹ Como por exemplo: drogas; violência; alcoolismo; deficiências; adoção de filhos; preconceitos raciais; homossexualismo; gravidez na infância.

¹² Sobre esse assunto ver dados apresentados por Motter e Jakubaszko no texto “**Os limites do merchandising social na telenovela brasileira**”, apresentado ao NP Ficção Seriada do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do XXIX Intercom, em 2006.

Neste estudo, optou-se por uma extensão do termo geralmente utilizado para denominar toda e qualquer inserção de ‘assunto’ social em telenovela — *Merchandising Social* —, por considerar essa expressão insuficiente, em função da diversidade de inserções presentes nas telenovelas dos últimos anos. Assim, decidiu-se pela seguinte terminologia: *Temática Social*, para problemáticas sociais que são debatidas durante toda a existência da telenovela, passando, muitas vezes, a integrar a trama central da obra; *Tema Social*, para uma mesma abordagem social veiculada apenas em algumas partes da novela, podendo inclusive fazer parte das tramas secundárias das obras e *Merchandising Social*, para as abordagens apresentadas, pontualmente, no decorrer da obra novelística. De resto, esse assunto será desenvolvido em uma discussão mais extensa na parte dedicada ao Quadro Teórico de Referência.

O interesse em analisar especificamente as abordagens sociais e, não outros fatores ou conteúdos constituintes das telenovelas, advém tanto do fato desses conteúdos apresentarem temáticas sociais reais como pela suposição de que o receptor verdadeiramente diferencia essa parte da telenovela do resto do texto mais melodramático, além do fato desses assuntos serem indicados pelos autores e emissoras como conteúdos educativos, ou seja, apresentados com o intuito explícito de interferir em realidades socioculturais. Desta forma, deve-se supor, sem dúvida, que a *Temática*, o *Tema* e o *Merchandising Social* são potenciais geradores de padrões, opiniões, atitudes e comportamentos. Entretanto, não se pode deixar de levar em consideração que esse tipo de inserção deve ser visto como Comunicação de Risco (*Risk Communication*), podendo não atingir os objetivos exatos propostos pela emissora, na medida em que as informações não necessariamente produzirão alterações nas atitudes e comportamentos dos telespectadores.

Tendo consciência do papel desempenhado pela televisão e, especialmente, pela telenovela na sociedade brasileira, ponderando a incessante apresentação das discussões de assuntos sociais nas obras, por que não realizar estudos com o objetivo de analisar e apreender a leitura, a interpretação, a interação (recepção) e o armazenamento, o uso, a apropriação (percepção) desses conteúdos pelos receptores? A realização de estudos com essas temáticas nos ajudarão a melhor conhecer os mecanismos específicos dos diversos processos comunicativos amplos, curiosos e complexos.

Verifica-se, inclusive, em particular, a necessidade de estudos que analisem as mediações dos níveis educacionais na recepção de conteúdos televisivos no geral, bem como de conteúdos mais específicos e, principalmente, avaliando a mediação ou não dos níveis educacionais na percepção de conteúdos, em decorrência, por excelência, da consideração das discrepâncias da realidade educacional na população brasileira¹³.

Nesse momento, torna-se importante entendermos o significado do termo educação, para em seguida discutir a respeito do conceito de Educação Formal:

A educação é a ação exercida, pelas gerações adultas, sobre as gerações que não se encontrem ainda preparadas para a vida social; tem por objetivo suscitar e desenvolver, na criança, certo número de estados físicos, intelectuais e morais, reclamados pela sociedade política, no seu conjunto, e pelo meio especial a que a criança, particularmente se destine... conclui-se que a educação consiste numa socialização metódica das novas gerações.¹⁴

e ainda,

a educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais.¹⁵

¹³ Altas taxas de analfabetismo (segundo dados do Censo 1991 do IBGE, 25% da população com 5 ou mais anos de idade; 10,9% entre as pessoas com 10 ou mais anos de idade no PNAD/IBGE 2002; 10,2% no PNAD 2004/2005; 9,22% no PNAD 2006/07. Mesmo levando em conta a redução nas taxas oficiais mais recentes de analfabetismo, deve-se, entretanto, questionar o conceito de alfabetização utilizado, quando o indivíduo apenas consegue ler e escrever o próprio nome já é considerado alfabetizado); taxas significativas de Analfabetismo Funcional (31% segundo levantamento do IBOPE, 2001); precariedade do sistema público de ensino (o que não tem sido dimensionado por dados concretos, oficiais ou não); elevada evasão escolar; grande incidência de repetência nas escolas públicas principalmente; baixa qualificação de parte dos professores (“mais de 60% dos professores de 1º grau do país não têm faculdade”, “o país tem mais de 100 mil professores leigos” – cerca de 16% dos professores das regiões Norte e Nordeste são leigos – “Professores com 1º grau (atual fundamental completo ou incompleto- Correio Braziliense, 05/02/98).

¹⁴ Durkheim, E. **Educação e Sociologia**, p.41.

¹⁵ Artigo 1º da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB).

Desta forma, não resta dúvida de que por meio da educação, em termos gerais, o homem moderno torna-se membro da sociedade. Da mesma forma que não se pode negar que a televisão também atua nessa empreitada, assim como outros veículos de comunicação.

Como afirma Citelli, já ponderando sobre um processo educacional intencional, não se pode mais pensar no sistema formal de ensino, sem incluir a participação dos meios de comunicação nesses processos, tanto fora quanto dentro da sala de aula¹⁶. O que se nota, na prática, é uma integração constante entre atores e instrumentos da educação formal, atores e instrumentos pertencentes à educação informal e, mesmo, a junção deles. Entretanto, salienta o autor: no dia-a-dia da maioria dos processos educacionais, “a escola parece respeitar apenas o seu próprio ritual. A aula corre soberana, a despeito do fato de o mundo das crianças estar cada vez mais marcado pelos meios de massa e suas múltiplas variações”¹⁷; por outro lado, os estudantes, nos seus discursos, privilegiam as linguagens e conteúdos dos meios, em detrimento do quase abandono dos conteúdos e linguagem escolares. Citelli, por fim, defende uma aproximação entre essas duas instâncias para, que a escola possa atuar de forma mais adjacente da realidade cotidiana dos estudantes; o que consiste num desafio, de proporções enormes em função da situação educacional da população brasileira.

Apesar disso, não se pode deixar de ter em mente que o sistema seriado de ensino é extremamente defendido nas sociedades atuais para definir a capacitação dos indivíduos, tanto no mundo profissional como também no ato de pertencimento aos diversos grupos sociais; estejam, ou não, as escolas atentas para a atuação dos meios nos processos educativos.

Já pensando especificamente no conceito de educação formal, desenvolvida por meio de instituições apropriadas para esse fim, considerando que nesta pesquisa essa educação é parte do objeto de estudo, diremos que se trata, conforme Duarte, de uma “educação sistemática, em geral proporcionada em escolas ou outras instituições, dentro do

¹⁶ Sobre esse assunto verificar em diversas publicações do autor Adilson Citelli, inclusive na tese de livre docência defendida na ECA/USP: **Os Sentidos em Movimento – Comunicação, Linguagem e Escola**, que se tornou o livro **Comunicação e Educação: a linguagem em movimento**.

¹⁷ Citelli, A. **Aprender e ensinar com textos não escolares**, p.19.

sistema educacional. É estruturada em séries, progressivamente mais complexas ou especializadas”¹⁸; ou então, educação formal é aquela “altamente institucionalizada, cronologicamente gradual e hierarquicamente estruturada, englobando desde a escola pré-primária até os mais altos níveis universitários”¹⁹. Vale frisar, desde já, que nessa pesquisa os níveis educacionais formais, definidos e promovidos pelo sistema educativo oficial, e não o processo geral de educação, são estabelecidos como os principais fatores analíticos. Portanto, todos os resultados da investigação serão avaliados a partir da consideração da interferência ou provável mediação da escolaridade formal dos entrevistados.

Ponderando as afirmações acima, ficamos diante de um impasse, levando em conta uma sociedade, como a brasileira, que valoriza o conhecimento proveniente do sistema educacional formal. Como ficam os indivíduos que não têm acesso à educação formal? Ou que usufruem dela de forma incompleta? Não é difícil imaginar que processos ligados à educação, no sentido geral, são ativados para que esses indivíduos tornem-se membros efetivos da sociedade, apesar de prováveis deficiências na amplitude das suas atuações sociais. No entanto, não podemos deixar de imaginar que os mesmos indivíduos acabam sendo diferenciados, ou seja, passam a deter economias psíquicas distintas, em função da ausência de assimilação de conhecimentos diversos relacionados à educação formal. Como essa diferença apresenta-se perante a recepção e percepção de conteúdos televisivos, especialmente de *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social*? As diferenças cognitivas interferem na memorização e nas lembranças desses conteúdos televisivos em específico? É possível verificar quais fatores, instrumentos e mecanismos são geralmente acessados e ativados no dia-a-dia do contato com a televisão e a telenovela pelos indivíduos que não participaram da educação formal? Como isso ocorre? Este estudo pretende responder, mesmo que parcialmente, a tais questionamentos, tanto por meio da análise e interpretação dos dados empíricos como em decorrência de discussões teóricas a serem apresentadas ou elaboradas.

Dando continuidade às conceituações necessárias para a exposição da problemática da pesquisa, apresentamos pontualmente os conceitos de memória e lembranças. Vale mencionar que os conceitos abaixo, que serão posteriormente retomados, tratam-se de

¹⁸ Duarte, S. **Dicionário Brasileiro de Educação**, p. 59.

¹⁹ INEP. **Tipologia da educação extra-escolar**, p. 23.

sínteses oriundas de diversos pesquisadores da área, não estando restritos a um único ponto de vista.

A memória consiste na capacidade de os seres humanos “conservarem certas informações” no cérebro e a lembrança, na possibilidade de resgate, voluntário ou involuntário, de informações previamente armazenadas²⁰. Esses conceitos são cruciais para essa investigação e serão mais discutidos em outro momento.

Devemos atentar para o fato de que além do levantamento das lembranças da novela “Páginas da Vida”, os entrevistados serão submetidos a outras duas etapas de investigação: um estudo de recepção e um teste de percepção, daí a necessidade do desenvolvimento das conceituações a seguir.

Por recepção, entende-se o “lugar” onde é possível compreender a interação existente entre o emissor e o receptor: o que consiste, em suma, na ação de fatores mediadores pertencentes ao receptor no ato da leitura e assimilação da mensagem²¹. São diversos os fatores mediadores em potencial no momento da recepção de conteúdos dos meios de comunicação, dentre eles podemos mencionar de imediato: filiações ideológicas, religião, educação formal e informal, raça, interesse pelo conteúdo, classe social, família, identidade cultural. Sabe-se que em cada situação social específica haverá a maior interferência de um ou de alguns fatores mediadores.

Já o conceito de mediação adotado neste estudo, geralmente alinhado ao de recepção, também advém do enfoque de Martín-Barbero: “O que comecei a chamar de mediação eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio (...). Mediação significa que entre o estímulo e a resposta há algum espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana.”²²

Assim, considerando que a educação e os níveis educacionais são partes constituintes no processo de socialização dos indivíduos, e logicamente da cultura, não podemos deixar de pensar que os mesmos sejam partes constituintes dos espaços entre a emissão e a recepção, nos processos comunicativos midiáticos. Não devemos também

²⁰ Sobre esses conceitos, retirados e resumidos de diversas obras, ver, dentre outros: Bosi, E. **Memória e Sociedade**; Le Goff, J. **Memória – História**; Halbwichs, M. **A memória coletiva**.

²¹ Idéia presente em diversos trabalhos de Martín-Barbero, mesmo que de forma não tão explícita e sucinta. Ver principalmente: *La Telenovela en Colombia; Dos meios às mediações*.

²² Martín-Barbero, J. & Barcelos, C. (Entrevista) Revista Brasileira de Ciência da Comunicação, p. 151.

esquecer que existem diversos outros espaços ou mediadores, inclusive a educação informal e os próprios meios de comunicação, os quais também serão contemplados e analisados neste estudo. Outrossim, teremos como questões centrais as seguintes: o que ocorre quando os indivíduos não têm acesso aos conteúdos transmitidos pela educação formal? Qual a interferência disso na recepção, percepção, memorização e lembranças de conteúdos televisivos?²³

No tocante ao conceito de percepção, deve-se frisar que inicialmente foi bastante complicado estabelecer algo fechado e definitivo, principalmente em função das divergências existentes sobre esse tema; trata-se de um campo conflituoso. Apesar disso, genericamente falando, percepção pode ser pensada como “o conjunto de processos pelos quais o indivíduo mantém contato com o ambiente.”²⁴ Em complementação, vale salientar que “cognição é a atividade de compreensão: a aquisição, organização e uso de conhecimento”²⁵, ou ainda, em outras palavras, “perceber é conhecer, através dos sentidos, objetos e situações”²⁶, por fim, pode-se também entender a percepção, sob ótica similar, como “o processo de recepção, seleção, aquisição, transformação e organização das informações fornecidas através dos nossos sentidos: visão, audição, olfato, paladar, tato e mais”²⁷.

Aceitando as premissas de que a percepção consiste na porta de entrada no ser humano dos estímulos externos, do ambiente, e que a economia cognitiva do indivíduo é o fator decisivo para o entendimento e armazenamento dos estímulos, surge um questionamento: como fica a percepção de estímulos emitidos pelos conteúdos televisivos, mais especificamente pela Temática, Tema e *Merchandising* Social, perante indivíduos portadores de níveis educacionais mais baixos, com uma economia cognitiva diferenciada, em função da deficiência do contato com o conhecimento transmitido pela educação formal? Quais outros fatores mediadores da percepção de conteúdos televisivos sofrem a interferência dos níveis educacionais formais?

²³ O estudo de Souza (2001) discutiu a respeito dessa interferência. Este estudo pretende rever as discussões e avaliar a interferência ou não dos níveis educacionais, além de outros fatores, na percepção de conteúdos televisivos determinados.

²⁴ R. H. Day. **Psicologia da Percepção**, p.3.

²⁵ Neisser, U. *Cognition and reality*, p. 2. Tradução nossa.

²⁶ Penna, A. G. **Percepção e Realidade**, p. 11.

²⁷ Barber, P. **Percepção e informação**, p. 11.

Será que é possível verificar diferenças na percepção em função dos diversos níveis educacionais? Como isso ocorre?

Por outro lado, será também possível verificar a interferência dos mesmos níveis no momento de lembrar as temáticas sociais inseridas na telenovela em questão, e reprisadas em fragmentos nesse estudo?

PROBLEMA

Em função da problemática exposta, suscitam-se algumas questões, as quais consistem no fio condutor dessa pesquisa:

Quais as lembranças que os telespectadores participantes do estudo têm das Temáticas, Temas e *Merchandising Social* de “Páginas da Vida”? Quais as lembranças da trama da telenovela? Levando em consideração os níveis educacionais formais dos participantes, pode-se verificar diferenças nas lembranças? Quais outros fatores devem ser tidos como mediadores da recordação das abordagens sociais?

Como são recebidos e percebidos os conteúdos de Temática, Temas e *Merchandising Social*? Estes conteúdos são vistos de formas diferentes?

É possível verificar a atuação dos principais mediadores na recepção e percepção de abordagens sociais? Como se manifestam?

Sendo os níveis educacionais formais fatores importantes na educação mais ampla dos indivíduos, conseqüentemente no processo de socialização e de assimilação da cultura, e a televisão um dos principais meios de comunicação na atualidade, veículo que também participa do processo educacional geral. O que a ausência da educação formal pode acarretar na recepção e percepção de conteúdos televisivos, em específico às abordagens sociais?

Pensando mais especificamente em Temática, Tema e *Merchandising Social*, por meio da re-apresentação de fragmentos dos conteúdos veiculados na telenovela “Páginas da Vida”, qual a interferência da educação formal na recepção e percepção dessas abordagens? Como essa interferência se apresenta?

Sabe-se que no Brasil, historicamente, a escola não tem desempenhado o papel de educar/socializar os indivíduos de forma universal²⁸, e, ainda, que os esforços para diminuir o número de analfabetos não tem significado incremento na qualidade de ensino. Na realidade, os brasileiros não detêm uma mesma ‘gramática’ (domínio dos códigos alfanuméricos), — o que se resumiria, na prática, saber ler e escrever com eficácia —, considerada como básica nos processos comunicativos, bem como nos sociais, no mundo contemporâneo. Em suma, muitos brasileiros não conseguem ler e escrever, outros não conseguem atribuir uma funcionalidade ao que lêem. Quais as conseqüências desse fato, que se resume na precariedade da educação formal, na específica recepção, leitura e percepção de *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social* em telenovelas?

De que maneira ocorre a recepção e a percepção de *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social* que apresentam assuntos mais complexos por indivíduos com níveis educacionais mais elementares, ou seja, que cursaram apenas as primeiras séries da educação formal?

Mesmo tendo ciência que indivíduos com pouca instrução formal irão, de um modo ou de outro, receber, ler e, de certa maneira, perceber os conteúdos das *Temáticas*, *Temas* e dos *Merchandising Sociais* mais complexos. Como ocorre essa recepção, leitura e percepção? Quais mecanismos são ativados para minimizar a deficiência escolar formal? Quais outros fatores mediadores são acionados nesse momento?

Pressupondo a ativação de mecanismos diversos em detrimento à lacuna no processo educacional oficial, como se comportam outros fatores mediadores da recepção e da percepção perante a mencionada deficiência escolar formal?

PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

O levantamento bibliográfico para este estudo ocorreu inicialmente por meio de uma análise e avaliação da literatura utilizada na dissertação de mestrado realizada na UnB. Diversos títulos contemplados nesse estudo anterior passaram por uma releitura e alguns

²⁸ Sobre essa perspectiva ver, dentre outros: Tobias, J. A. **História da Educação Brasileira**; Azevedo, F. A. **transmissão da Cultura**; Teixeira, A. **Educação no Brasil**.

foram trazidos para a investigação atual. Vale salientar, inclusive, que durante o mestrado, foi realizada uma larga pesquisa bibliográfica no acervo da “*The British Library*”²⁹, levantamento esse que ainda reflete na literatura agora utilizada e que é de vital importância.

Na seqüência, passei a levantar a bibliografia relacionada aos principais conceitos exigidos pela atual investigação, inclusive os de lembrança, memória e de percepção, que passam a ser fundamentais nesta etapa dos meus estudos.

Dando continuidade, busquei autores que pudessem auxiliar nas discussões teóricas presentes no trabalho, o que possibilitou a construção de um quadro teórico de referência, mesmo que ainda inacabado no momento da qualificação do projeto, à medida que pretendia trazer outras discussões que viessem a ser necessárias até o final da pesquisa empírica e da redação da tese, o que foi feito e proporcionou as diversas reflexões contidas nesta versão final.

No próximo capítulo serão apresentadas às diversas análises teóricas delineadas para o estudo, por meio de alguns tópicos específicos.

²⁹ Vista como uma das mais modernas e atualizadas do mundo, essa Biblioteca é destinada apenas para estudantes de pós-graduação e pesquisadores. Por determinação legal, os editores do Reino Unido enviam exemplares de todas as publicações, no entanto, o acervo não se restringe à literatura britânica, existem lá títulos das mais diversas nacionalidades e idiomas, inclusive um largo acervo de obras raras de várias nacionalidades. No decorrer de três meses em Londres, foi consultado um total de 5.734 títulos e resumos de publicações relacionadas à televisão. A partir da análise dos 5.734 títulos selecionados, cerca de 350 exemplares foram solicitados, para uma averiguação mais detalhada dos seus conteúdos. Destas 350 obras, cerca de 80 foram lidas e fichadas, total ou parcialmente, no decorrer do período que estive pesquisando na Biblioteca Britânica. Vale mencionar, que a partir dessa pesquisa bibliográfica, bem como das reflexões promovidas por ela, foi delineado o assunto da investigação realizada no mestrado.

3.0 DISCUSSÕES TEÓRICAS ACERCA DA PROBLEMÁTICA ABORDADA

3.1 TELEVISÃO E TELENVELA NO BRASIL — DUAS HISTÓRIAS QUE SE CONFUNDEM

O surgimento e, principalmente, o desenvolvimento da televisão ocorreram num contexto social em que as pessoas já haviam se agrupado em conglomerados urbanos. O convívio em cidades, inicialmente nas maiores, foi uma das condições para a rápida difusão deste meio eletrônico de comunicação. No Brasil, em específico, houve uma grande migração de trabalhadores do campo para as cidades, além de enorme crescimento populacional nas grandes metrópoles. Um país essencialmente rural, como o nosso, até meados do século XX, transformou-se numa nação fundamentalmente urbana, na segunda metade desse mesmo centenário, o que contribuiu de modo decisivo para a rápida expansão do veículo televisivo.

A televisão, inserida neste contexto dos centros urbanos, tornou-se rapidamente no principal meio de comunicação das mais diversas sociedades e passou a ser analisada e estudada, por várias décadas, como um dos primordiais veículos de ‘comunicação de massa’. Em decorrência disso, houve uma grande difusão de estudos voltados para a questão relacionada à ‘massa’, bem como o desenvolvimento e concretização de um enfoque, ou mesmo uma área/ escola, de estudo sobre isso, que, somente nos últimos anos, tem perdido espaço para outros embates teóricos.

Assim, as teorias de “massa”³⁰ influenciaram praticamente toda a produção científica voltada para o campo da Comunicação Social por muitos anos, e, conseqüentemente, nortearam também as produções teóricas relacionadas à televisão. Apesar dessas teorias de massa terem caído em certo desuso na atualidade, não se pode abandoná-las por completo. O certo é que a televisão, há longa data, tem sido tratada como o principal meio de comunicação de massa, mas afinal quais as especificidades desse termo ‘massa’.

A principal característica da sociedade de massa, “conjunto homogêneo de Indivíduos”, apontada pela Teoria Hipodérmica e re-apresentada por Wolf, consiste numa refutação deste estudo. Não é possível afirmar a existência de um “conjunto homogêneo de indivíduos” nas sociedades capitalistas modernas³¹. As sociedades contemporâneas, de fato, constituem-se de grupos heterogêneos de indivíduos, interligados, inter-relacionados por valores e normas socialmente determinadas, em suma, “Sociedades dos Indivíduos”³². Na sociedade brasileira, em específico, fatores como desnível educacional da população, elevada concentração de renda, diferenças socioculturais marcantes, tendem a aumentar o nível de heterogeneidade entre os indivíduos.

Então, por que não se elimina o conceito de massa das discussões voltadas para os meios de comunicação, conforme sugere Williams³³? Porque, se nos ativermos ao conceito apenas no que se diz respeito à difusão massiva dos meios de comunicação nas sociedades modernas, o mesmo conceito torna-se bastante válido. Alguns meios de comunicação

³⁰ O conceito geral de massa (cultura de massa, sociedade de massa, comunicação de massa), desenvolveu-se e ganhou maior dimensão teórica no período histórico entre as duas grandes guerras mundiais. O desdobramento deste conceito coincide com o processo de difusão em larga escala dos meios de comunicação social de massa; principalmente a propagação da televisão. Segundo Wolf, numa apresentação e discussão relacionada à Teoria Hipodérmica, “para além das oposições filosóficas, ideológicas e políticas existentes na análise da sociedade de massa – interpretada quer como a época da dissolução da elite e das formas sociais comunitárias, quer, finalmente, como uma estrutura social gerada pela evolução da sociedade capitalista — há certos traços comuns que caracterizam a estrutura da massa e o seu comportamento. A massa é constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos e de todos os grupos sociais.”.

³¹ Ver, dentre outros: Williams, R. *Culture and Society*; Swingewood, A. **O mito da cultura de massa.**

³² Ver: Elias, N. **A Sociedade dos indivíduos.**

³³ Williams, R. *Culture and Society*. Nessa obra são apresentados argumentos sobre a necessidade do abandono do conceito de massa para se analisar aspectos das sociedades ocidentais contemporâneas.

desenvolveram-se rapidamente e, em questão de algumas décadas, tornaram-se presentes em praticamente todos os segmentos e grupos sociais.

Por isso, o conceito de comunicação de massa está sendo utilizado neste enfoque de uma forma revista e direcionada para descrever a difusão em massa dos meios de comunicação, bem como os seus diferenciados conteúdos, nas sociedades contemporâneas, compostas por grupos heterogêneos de indivíduos. Ou seja, a afirmativa de que os indivíduos nas sociedades modernas consistem em aglomerados de elementos de uma mesma natureza estruturando um conjunto (sociedade de massa), não é aqui aceita; entretanto, o conceito de massa é redirecionado e adquire o seguinte significado: difusão generalizada dos meios de comunicação na sociedade, formando um conjunto de elementos (Indivíduos) atingidos por meios de comunicação de uma mesma natureza (televisão e rádio, por exemplo).

Deve-se levar em consideração que esta pesquisa, visando comprovar que as lembranças, recepção e a percepção de conteúdos televisivos específicos dão-se de formas distinta entre indivíduos com níveis educacionais diferentes, representa uma maneira de pressuposição da inexistência de uma massa homogênea de indivíduos. Haja vista, a própria segmentação da programação dos meios de comunicação que pode ser tida como outro indício da inexistência de uma massa homogênea de indivíduos; em suma, os programas já são produzidos para públicos distintos. No ato da produção dos programas televisivos, bem como no de qualquer outro produto midiático, já é ponderada a diferença entre os espectadores, dessa forma cada obra destina-se a um público-alvo particular.

Para se pensar a respeito do surgimento da televisão na história, mesmo antes de ela se tornar ícone marcante da sociedade de massa, é preciso também termos em mente que o seu advento ocorreu devido à junção, desenvolvimento e/ou transformação de meios e técnicas de comunicação já existentes (cinema, rádio e jornal), em torno de um único veículo comunicativo. Segundo Williams, “A invenção da televisão não consistiu num singular evento ou numa série de eventos. A invenção dependeu de um complexo de invenções e desenvolvimentos em eletricidade, telegrafia, fotografia, cinema, rádio”³⁴. É ainda importante atentarmos para o fato de que a televisão “... por si, não consegue

³⁴ Williams, R. *Television – Technology and Cultural Form*, p. 14/5 (tradução nossa).

manifestar-se como instrumento de poder”³⁵, necessita da legitimação e complemento de outros meios de comunicação, como é o caso do jornal escrito e mais recentemente da Internet, por exemplo.

A televisão deve, sim, num primeiro momento, ser pensada como um processo complexo de transmissão de imagens e sons, que tem como principal objetivo aumentar o alcance da visão e da audição humanas. No entanto, não se pode limitar a isso. Precisamos estar conscientes para o fato de que “a televisão determina os valores e influencia praticamente todas as atitudes do homem moderno.”³⁶, ou melhor dizendo, do homem pós anos 1960. É necessário estarmos atentos também para o fato de que no Brasil, bem como em muitos outros países, a televisão, ainda hoje, consiste no maior potencial de comunicação disponível ao homem em escalas mais abrangente, ou seja, a quase toda a população. É mediante as programações televisivas que os grandes públicos, chamados por muito tempo de “massa”, divertem-se, informam-se, extasiam-se.

Pensando dessa forma, a televisão, além de ser um meio de comunicação ‘massivo’, do ponto de vista da grande abrangência social, como já mencionado, que transmite imagens e sons por meio de um sistema eletrônico, é, decisivamente, uma potente transmissora de informações e mesmo conhecimento, impregnados de valores, normas, costumes sociais. Na prática, a televisão é um instrumento potencial de manutenção e transformação da ‘cultura’; algo que interfere na vida cotidiana dos indivíduos, das mais diversas classes, crenças, raças, localizações.

A invenção da televisão e as primeiras transmissões televisivas aconteceram nas décadas de 20 e 30 respectivamente, tanto na Inglaterra como nos Estados Unidos da América. Após a Segunda Guerra Mundial ocorreu efetivamente o início da era da televisão, primeiramente na Europa e EUA e em seguida em outras partes do globo.

Voltando a atenção para o caso brasileiro, onde, como já mencionado, a TV e a telenovela praticamente se confundem, verifica-se que a televisão foi introduzida em 1950 também num contexto de formação de uma sociedade de massa, apesar da defasagem de alguns anos em relação a outros países europeus e os Estados Unidos. Nesse ano, Assis Chateaubriand inaugurou a TV Difusora, depois transformada em Tupi, transmitindo para

³⁵ Queiroz, A. C. F. **A imprensa como instrumento de legitimação da televisão**, p. 11.

³⁶ Hoineff, N. op. cit. p. 22.

poucos, imagens em preto e branco. Nesse período, o rádio já era ouvido por todas as partes e tinha como produto importante a rádio-novela, que foi rapidamente adaptada e adequadamente renomeada para a televisão, logo tornando-se uma das principais transmissões. Vale mencionar que, no decorrer dos anos, a produção de dramas para o rádio foi desaparecendo, em função dos espaços preenchidos por esse gênero na televisão. No transcurso da década de 1950, surgiram mais cinco emissoras, tendo a TV Tupi, já em 1956, nove estações pelo país afora. Vale ressaltar, entretanto, que foi a TV Excelsior a primeira emissora que concebeu a televisão em moldes mais empresariais, tanto por meio da criação de *cast* próprio como por meio da valorização dos profissionais que atuavam na empresa.

Já no final de 1951 tivemos na TV Tupi a transmissão da primeira telenovela: Sua Vida me Pertence, que era colocada no ar duas vezes por semana e tinha cerca de 20 minutos de duração. Entretanto, só nos anos 1960, em 1963 mais precisamente, foi apresentada a primeira telenovela diária, veiculada pela TV Excelsior. A partir de meados dos anos 60 outras emissoras também passaram a exibir novelas diárias: Tupi, Record, Bandeirantes, Cultura e Paulista (futura Rede Globo).

O crescimento da atuação da televisão no Brasil, no entanto, intensificou-se depois de 1961, com a entrada da TV Globo no mercado e o advento da ditadura militar. A emissora de Roberto Marinho expande-se rapidamente por meio do apoio técnico e dinheiro estrangeiros (acordo *Time-Life*) e do apoio dos Governos Militares, os quais tinham o intuito de diminuir o poder dos Diários e Emissoras Associados, além do projeto de integração nacional, inclusive por meio da comunicação. A maior e mais visível contribuição dos militares nesse sentido concretizou-se por meio da criação do sistema Embratel de telecomunicações, que possibilitou a atuação da televisão em rede nacional, cobrindo praticamente todo o país. Apesar da experiência de várias emissoras com a telenovela, foi a Rede Globo de Televisão a grande responsável pela “industrialização” da telenovela, transformando-a num produto cultural altamente lucrativo e consolidando-a num formato especificamente brasileiro, inclusive implementando padrões rígidos de produção e edição.

Outras emissoras acompanharam os passos da TV Globo e proporcionaram extraordinária expansão do meio televisivo na sociedade brasileira, que há muito tempo já se solidificou como o principal veículo de comunicação nacional.

Segundo Queiroz, em momento específico da nossa história,

Construir uma rede de tele-rádiodifusão era, para o regime militar, muito mais importante do que estabelecer uma rede eficiente de serviços de saúde pública, educação, moradias ou transporte. Pela palavra, julgava-se e apostava-se na consolidação de um projeto político de inspiração militar, envolto pela doutrina de segurança nacional³⁷,

Justificando-se, assim, as políticas públicas que permitiram e impulsionaram o desenvolvimento de grandes redes nacionais de telecomunicações, principalmente durante os governos militares.

Nos anos 70, a Rede Globo de Televisão já dominava a produção nacional de telenovela e liderava o mercado televisivo nacional. Mesmo com a tentativa, muitas vezes, com sucessos pontuais, de outras emissoras em produzir telenovelas, a supremacia da Globo nunca foi fortemente abalada, o mesmo ocorrendo no mercado televisivo no geral.

Os dados de quase duas décadas atrás, relativos ao setor televisivo, já demonstram nitidamente a eficiência do projeto nacional das grandes redes de telecomunicações. Números do IBGE de 1991 apontam que a quantidade de espectadores de televisão é de 90 milhões, distribuídos em 18,5 milhões de domicílios, portadores de 31 milhões de aparelhos. Acerca do número de domicílios brasileiros com acesso à televisão, verifica-se que ocorreu nas últimas décadas uma rápida expansão do número de lares com aparelhos, em 1970, 24,1% tinham televisão, já em 1990, 82,3% têm pelo menos um aparelho, percentual que pulou para 94,5% em 2006. Vale salientar que essa rápida expansão do número de domicílios com aparelhos de televisão também ocorreu em vários outros países ‘subdesenvolvidos’ e ‘em desenvolvimento’. Em países como os EUA e a Inglaterra praticamente todas as residências possuem pelo menos um televisor. No Brasil, a Rede

³⁷ Queiroz, A. C. F. op. cit. p.17.

Globo cobre 99,84% do território com suas transmissões e, segundo dados do IBGE (Censo 1991), cada brasileiro fica em média 3,5h em frente à televisão por dia. Outros dados do IBGE, mais recentes (2006), demonstram que dos 56.344.000 domicílios brasileiros, 53.218.000 tinham ao menos um aparelho de televisão³⁸. O país encontra-se hoje com praticamente todo o território atendido por esse serviço.

Com o intuito de continuar ilustrando, mesmo que de forma resumida por meio de dados, a especificidade da sociedade brasileira no tocante à difusão dos *media* (para em outro momento contrapor essas informações com os níveis educacionais da população), aponto para os seguintes dados: numa pesquisa do IBOPE (dez. a fev/1999), apenas 34 % da população da região da grande São Paulo apresentou o hábito de ler jornal, dos que freqüentemente lêem jornal 61% pertence às classes socioeconômicas A e B, 21% à classe C e apenas 10% às classes D e E; a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 1997 (IBGE) demonstra que dos 40.644.623 domicílios brasileiros, 36.712.634 possuíam rádio, 35.041.042 tinham televisão, 32.623.985 continham geladeira e 23.255.531 tinham filtro de água (o que alterou para, em 2006: dos 56.344.000 domicílios brasileiros, 53.218.000 (94,5%) possuíam televisão, 51.158.000 (90,8%) detinham geladeira, 49.641.000 (88,1%) tinham rádio e 28.782.000 (51,1%) possuíam filtro de água); a Rede Globo de Televisão cobre praticamente 100% (2008) do território com suas transmissões, quer por receptores públicos ou via antenas parabólicas particulares; em 1997, apenas 0,77% dos lares brasileiros estavam cobertos especificamente por TV a cabo³⁹, mercado esse que, segundo a Associação Brasileira de TV por Assinatura, cresceu rapidamente, totalizando em meados da primeira década do século XXI, 7,7% dos domicílios com algum tipo de televisão por assinatura.

Assim, percebe-se que há algum tempo o veículo televisivo passou a marcar presença cativa nos lares brasileiros, nos quatros cantos do país, praticamente sem restrições de classes, rendas e posições sociais. A televisão consiste, de fato, em uma experiência expressivamente ‘massiva’ na nossa sociedade.

³⁸ Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2006/07 (PNAD – 2006/07). Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

³⁹ Dado publicado em: Moraes, D. Dialética das mídias globais. In: Moraes, D. (org.) **Globalização, mídia e cultura contemporânea**, p. 59.

Levando em consideração essas características da introdução e desenvolvimento da televisão no Brasil, é prudente concluir que esse veículo comunicativo antes e hoje tem consistido em um dos meios de comunicação que mais interferiu e interfere no cotidiano dos indivíduos, tendo apresentado elevado potencial para introduzir, manter, modificar e transformar costumes, atitudes e comportamentos, ou seja, a cultura.

3.2 TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL: REVISÃO DOS CONCEITOS

Neste subitem, antes mesmo da apresentação de outras discussões, também de sustentação da investigação, relacionadas à memória, recepção e percepção, teremos o delineamento de alguns enfoques teóricos e esclarecimentos relacionados à Temática, Tema e *Merchandising* Social, inclusive em função da necessidade de estabelecimento de uma hierarquia plausível para os aparatos teóricos pontuados na tese.

Para início dessa discussão, é interessante tomarmos consciência quanto ao fato de que nas últimas décadas e, cada vez mais, o setor empresarial, no geral, tem dado relevância, teórica e prática, para um ‘movimento’ mundial denominado *Marketing* Social, que engloba, ou do qual dependendo da perspectiva, faz parte outro, chamado de Responsabilidade Social.

Sabe-se que, com o advento dos Estados modernos e a instauração dos sistemas democráticos de governo, foram sendo estruturadas, baseadas na Carta de Direitos Universais do Homem (1948) da ONU, legislações específicas, que determinam os principais Direitos e Deveres dos indivíduos, possibilitando um incremento constante no que conhecemos como cidadania, que por fim pode ser entendida como o próprio direito à vida no sentido pleno. Vale ressaltar, ainda, que as pessoas nesse novo contexto social, que passou a ser delineado após a Segunda Guerra Mundial, principalmente nas últimas décadas, estão inclusive observando, ou ainda questionando, o papel das organizações nas sociedades, buscando, também, assim como valorizando, exemplos de atuações com prática de boa cidadania corporativa, ou seja, inclusão de ações sociais nos cotidianos empresariais.

Com isso, diversas empresas têm procurado, constantemente, além de atuar em acordo com as legislações e normas vigentes, desenvolver políticas e práticas que visam a um bem-estar para todas as partes envolvidas (sejam funcionários, clientes, fornecedores, ou mesmo comunidade), por meio de ações de *Marketing* Social e o exercício de Responsabilidade Social.

Por *Marketing Social* ou *Marketing* para Causas Sociais (MCS) entende-se, em termos resumidos, “como uma ferramenta estratégica de marketing e posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, em benefício mútuo”⁴⁰; o que geralmente se dá por meio de uma aliança entre uma empresa e uma organização voluntária ou beneficente.

Já o conceito de Responsabilidade Social⁴¹ que, às vezes se confunde ou sobrepõe ao outro acima, bastante difundido pelo Instituto Ethos, principal expoente relacionado à divulgação da questão no meio empresarial brasileiro, “consiste na implementação de políticas e práticas que atendam a critérios éticos, inclusive por meio do cumprimento às leis, com o objetivo de alcance do bem comum”⁴².

Ainda em termos conceituais, debruçando, enfim, sobre a questão de maior interesse, sabe-se que *merchandising* consiste numa estratégia de marketing, ou também, de forma simplificada, em técnicas de venda. Numa breve distinção entre *marketing* e *merchandising*, Ruy B. Chalmers afirma: “Assim lembramos que *marketing* define tecnicamente o que e onde vender, com planificação de suprimentos. *Merchandising*, por sua vez, define, estrategicamente, como e porque vender, com maior rotação”⁴³. Diz, além disso: “*Merchandising*, por sua vez, é representada por uma série de idéias e providências ligada às vendas, agindo mais estreitamente nas áreas da divulgação do produto, da sua revenda, e mais diretamente na fase final da consumação, para que o produto seja comprado e gasto pela massa consumidora.⁴⁴ Em busca de um conceito mais amplo de *merchandising* pode-se dizer: “*Merchandising* é o planejamento e a operacionalização de atividades que se realizam em estabelecimentos comerciais, principalmente em lojas de varejo e de auto-serviço, como parte do complexo mercadológico de bens de consumo, tendo como objetivo expô-los ou apresentá-los de maneira adequada a criar impulsos de compra na mente dos consumidores, ou usuários, tornando mais rentáveis todas as operações nos canais de *marketing*”⁴⁵. Assim, nota-se tratar de um conceito amplo e importante no *marketing*, apesar de outros usos simplificados atribuídos ao termo.

⁴⁰ Pringle, H. *Marketing Social*, p. 03.

⁴¹ Sobre esse assunto ver, dentre outros: Ashley, P. A. (org), *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*.

⁴² Definição presente em diversos materiais de divulgação do Instituto, inclusive no *site* oficial.

⁴³ Chalmers, R. B. *Merchandising – A Estratégia do Marketing*, p. 10.

⁴⁴ Id. p. 26.

⁴⁵ Silva, J. C. *Merchandising no varejo de bens de consumo*, p. 17.

Desta forma, o que se verifica facilmente é a complexidade do significado de *merchandising*. Apesar disso, no caso específico do Brasil, aderindo à tendência norte-americana do uso do termo para inserções comerciais nas cenas de filmes, em se tratando de divulgação de produtos e serviços em telenovela, convencionou-se nomear tais divulgações de simplesmente *merchandising*. O que automaticamente ganhou a versão *merchandising* social para a divulgação, o que poderíamos ‘marketeiramente’ falando, para a venda, de ‘questões ou abordagens sociais’ na teleficção, apesar desse tipo de inserção ser geralmente gratuita. Em função disso, é imprescindível a manutenção do uso convencional do termo *merchandising* neste trabalho, sem desconsiderar as origens e os reais significados do conceito.

Sabe-se que de fato o ‘*merchandising*’ em meios de comunicação surgiu nos Estados Unidos da América quando para resolver problemas relacionados à supersafra de espinafre, o governo norte-americano resolveu utilizar o personagem Popeye para divulgar o consumo desse produto no país, algo que surtiu efeitos favoráveis; o que já poderíamos nomear como *merchandising* social, em função do conteúdo da inserção. Essa prática ganhou espaço no cinema e principalmente na televisão norte-americana e expandiu-se para outras partes do mundo.

No Brasil, a introdução dessa prática mercadológica se deu pela televisão, mais especificamente por meio da telenovela, e temos como precursoras de *merchandising*, as inserções do produto Engov, em Beto Rockfeller (1969), do conhaque Dreher, por acidente, em Cavalo de Aço (1973) e da Antártica em Gabriela (1978). Esse tipo de conteúdo rapidamente expandiu-se e passou a ocupar espaços significativos nas programações televisivas brasileiras, surgindo mais recentemente um novo formato, o qual consiste no mencionado *Merchandising Social*.

Vale lembrar que esse ato ou técnica, que remonta ao início da sua aplicação na televisão brasileira em meados dos anos 70, evitava nos primórdios a inserção dentro das narrativas da programação, o que era geralmente prática individual de apresentadores e não encarado como um ato comercial. Contudo isso evoluiu, transformou e profissionalizou-se⁴⁶, aproximando-se cada vez mais da propaganda direta. Notou-se que, além de constante

⁴⁶ Ganhando textos próprios, cenários específicos e pontos de degustação. Como parte dessa profissionalização, a Globo cria área para cuidar apenas de inserção *merchandising*.

e profissional o *merchandising* passou a ser fonte importante de financiamento das obras e de lucro para todos: anunciantes, agências, emissoras, atores, apresentadores, produtores, técnicos.

Entretanto, apesar do uso inadequado ou simplificado do termo no geral, se nos ativermos ao seu significado original, constataremos que, no caso específico da evolução e transformação das inserções de questões ou abordagens sociais, às vezes em moldes bem comerciais, verificou-se uma constante diversificação e variação do chamado *merchandising* social; surgindo assim uma necessária revisão da terminologia. Não se pode mais nomear todas as informações de tendência mais social de *merchandising* social, à medida que o convencional é chamar de '*merchandising*' apenas pequenas inserções comerciais de produtos específicos.

Ponderando as práticas mais recentes, verifica-se que algumas telenovelas usam abordagens sociais durante toda a trama, muitas vezes como um fio condutor da obra⁴⁷. Percebe-se que, analisando esses tipos de conteúdos, o conceito de *merchandising* social torna-se insuficiente. Nesses casos em que o assunto ou abordagem social estende-se por toda ficção é mais coerente pensarmos em **Temática Social** do que simplesmente *merchandising* social. Observou-se ainda que as inclusões de algumas discussões sociais, apesar de não serem tão importantes na trama da telenovela, tinham uma constância significativa⁴⁸, maior que a de um '*merchandising*' comercial ou social comum. Para esses tipos de inserções, podemos pensar mais em "**Tema Social**" do que em qualquer outro termo. Defende-se o uso do termo **Merchandising Social** somente para nomear pequenas veiculações esporádicas de enfoques ou assuntos sociais⁴⁹. Desta forma, o que se propõe aqui é uma extensão da terminologia usada para definir a inserção de assuntos e abordagens sociais em telenovela numa constante crescente, levando em consideração a importância e a constância das abordagens na trama: **Merchandising Social, Tema Social e Temática Social**⁵⁰.

⁴⁷ São exemplos claros disso, dentre outros: a temática relacionada à leucemia e transfusão de medula em *Laços de Família*; o uso de drogas e a clonagem em *O Clone*; o homossexualismo, a migração e a deficiência visual em *América*.

⁴⁸ O tema da agressão a mulheres em *Por Amor* ou a cleptomania e a pedofilia em *América*.

⁴⁹ Inserções que não fazem parte da trama ficcional da obra. Como, por exemplo: pequenas mensagens educativas/ informativas de boas maneiras; informações relacionadas à poluição; dicas de alimentação saudável, já bastante apresentadas em diversas telenovelas.

⁵⁰ Sobre esse assunto ver: Motter, M. L. **Ficção e Realidade – A Construção do Cotidiano na Telenovela**.

Essa terminologia então proposta orientará todos os percursos desse trabalho, quer nas abordagens teóricas, nas fases empíricas e ainda nas etapas descritivas, analíticas e conclusivas.

3.3 EDUCAÇÃO, EDUCAÇÃO FORMAL E OUTROS PROCESSOS EDUCACIONAIS: ESPECIFICIDADES BRASILEIRAS.

Partindo para teorizações relacionadas à educação, é importante ressaltar que as instituições participantes no processo de educação dos indivíduos são variáveis no tempo e espaço histórico. Cada dinâmica social elege as suas instituições. No período medieval, por exemplo, os mestres artesãos, por meio do dia-a-dia das oficinas, exerciam um papel fundamental na educação dos mais jovens. Já a escola é tida como uma das principais instituições que participam do processo de educação/socialização dos indivíduos nas sociedades ocidentais contemporâneas, em suma, é um dos principais agentes na transmissão da cultura⁵¹. Analisando a educação formal na sociedade de consumo, Pietrocolla afirma: “É através da educação que se imprime nos membros de uma sociedade os códigos morais, sociais, estéticos, políticos, sexuais, que orientarão a sua conduta e ajustamento de modo a promover o seu bem-estar”⁵². Segundo ela, numa sociedade de consumo, a educação aparece como agente do bem-estar, riqueza, ascensão social, bem como do desenvolvimento nacional. É por meio da posse de diplomas, concedidos no sistema formal de educação, que os indivíduos ocidentais contemporâneos — e impreterivelmente os brasileiros — tornam-se capazes de atuar na maioria das profissões. O que se verifica na prática é que existe uma relação direta entre qualificação educacional/profissional e bons postos de trabalho, da mesma forma que existe uma relação direta entre analfabetismo/analfabetismo funcional/má qualificação profissional e pobreza/miséria.

Apesar do papel da escola no processo educacional dos indivíduos ‘modernos’, tem-se consciência dos mais diversos fatores que participam desse mesmo processo: família; vizinhança; formação religiosa; meios de comunicação; comunidade.

⁵¹ Ver, dentre outros: Durkheim, E. **Educação e Sociologia**; Berger, P. **A construção social da realidade**; Freire, P. **Ação cultural para a liberdade, Pedagogia do oprimido e Política e educação**; Azevedo, F. **A transmissão da cultura**; Althusser, L. **Aparelhos ideológicos de estado**.

⁵² Pietrocolla, L. G. **Sociedade de consumo**, p. 75.

Discutindo a respeito da participação dos meios de comunicação na educação formal dos indivíduos, pergunta Citelli: “Como pensar o sistema educacional, a escola, o discurso pedagógico exercitado em sala de aula, considerando este mundo fortemente mediado pelas relações comunicacionais, na sua dupla face de sedução e desconforto?”⁵³, e diz sobre essas relações: “televisão, videocassete, rádio, computadores ao lado do giz e da lousa. Ritmo e velocidade nas linguagens midiáticas convivendo com a oralidade nem sempre agradável e cifrada numa temporalidade que segue o andamento natural do sistema fonador”⁵⁴. Mesmo sendo essas colocações mais voltadas para a participação direta dos veículos e equipamentos de comunicação na escola, podemos generalizá-las para todo o processo educacional. Hoje, não se deve mais pensar educação sem conceber a participação dos meios e equipamentos de comunicação. No fundo, as observações acima indicam o quanto os processos educacionais atuais sofrem a mediação dos meios comunicativos de massa.

Sobre essa questão, conclui o autor: “Neste aspecto, os conceitos de educação e comunicação passam a ser vistos como seqüências de um processo cada vez mais inter-relacionado: requisitam-se para esclarecerem-se; pedem-se para que nenhum dos termos ganhe autonomia a ponto de/ ou ressoar anacronismo, como no caso da escola, ou hiper-realidade que tudo completa e tudo responde, a exemplo dos *media*.”⁵⁵

Pensando desta maneira, esse estudo vem ao encontro da afirmação acima, já que pretende analisar questões relacionadas aos dois sistemas: comunicacional e educativo.

Vale indagar, mais por inquietação, como fica a experiência brasileira em específico, quando muitos indivíduos não freqüentam as salas de aula (educação formal), mas têm televisão, rádio, videocassete, aparelhos de DVD nas salas das suas casas? Isso remete diretamente ao fato de que a ‘educação’, ou tão somente o convívio, para os meios comunicativos eletrônicos acontecerem mesmo antes da educação para os meios literários. O que tem ocorrido fortemente na sociedade brasileira consiste em uma inversão da lógica, quando se espera uma educação formal e literária universal, mesmo em conjunto com os contatos com os meios de comunicação. Comparando o Brasil com outras sociedades mais letradas, as quais passaram de uma ‘cultura’ comunicacional escrita para uma ‘cultura’ de

⁵³ Citelli, A. **Os sentidos em Movimento – comunicação, linguagem e escola**, p.7.

⁵⁴ Id. p.7.

⁵⁵ Ibid. p.8.

comunicação escrita e eletrônica, e que hoje costumam entrar em contato com os dois universos, ao mesmo tempo, tomamos consciência das diferenças e passamos a compreender melhor diversos problemas que ainda enfrentamos.

A especificidade da sociedade brasileira perante outras sociedades poderia ser demonstrada a partir dos mais variados fatores: hereditariedade sociocultural; diversidade racial; religião; situação econômica, entre outros. No entanto, as realidades educacionais escolares, históricas, demasiadamente crônicas, da população brasileira, devem ser vistas como um fator fundante de sua particularidade na contemporaneidade.

Vejam os dados de alguns dados educacionais que delineiam a nossa especificidade: em 1980, menos de 30 anos atrás, do total de 102.579.006 brasileiros com mais de 5 anos de idade, 32.731.347 não sabiam ler e escrever⁵⁶; em 1991, ainda ocorrendo um acréscimo no número absoluto de analfabetos, do total de 130.304.361 brasileiros com mais de 5 anos de idade, 32.768.578 não sabiam ler e escrever⁵⁷; em 1996, já apresentando um declínio na quantidade de pessoas não alfabetizadas, do total de 139.494.228 brasileiros com mais de 5 anos de idade, 24.224.945 não sabiam ler e escrever⁵⁸; em 2003, mantendo-se a queda do total de analfabetos, inclusive por meio de alterações na escala de contagem, cerca de 10,6% da população brasileira com 10 ou mais anos de idade mantém-se analfabeta⁵⁹; em 2004, do total de 152.740.402 brasileiros com 10 ou mais anos de idade, 15.557.900 são analfabetos⁶⁰; em 2006, do total de 159.561.000 brasileiros com 10 ou mais anos de idade, 14.689.000 (9,22%) são analfabetos⁶¹.

Apesar do número absoluto de analfabetos ter decrescido no período demonstrado pelos dados acima, inclusive em função da diminuição da faixa etária de contagem e da morte de muitos idosos, onde estão os maiores números de analfabetos, é necessário uma atenção para os dados a seguir, os quais também demonstram a tal especificidade: 35% dos brasileiros com mais de 10 anos de idade completaram até 3 anos de estudo com aprovação ou são sem instrução⁶²; 52% dos brasileiros com mais de 10 anos de idade completaram até

⁵⁶ Fonte: Censo demográfico 1980 – 1991. Rio de Janeiro: IBGE, 1982 – 1997.

⁵⁷ Fonte: Censo demográfico 1980 – 1991. Rio de Janeiro: IBGE, 1982 – 1997.

⁵⁸ Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1996. Rio de Janeiro: IBGE, v.18, 1998.

⁵⁹ Fonte: PNAD/IBGE 2003.

⁶⁰ Fonte: PNAD/IBGE 2004/2005.

⁶¹ Fonte: PNAD/IBGE 2006/2007.

⁶² Fonte: Contagem da população 1996. Rio de Janeiro: IBGE, 1997. V-1: resultados relativos a sexo da população da unidade domiciliar.

4 anos de estudo com aprovação ou são sem instrução⁶³; apenas 28, 81% da população completam 8 (1º grau antigo e atual ensino fundamental) ou mais anos de estudo com aprovação e somente 20,56% da população completam 9 a 11 (2º grau anterior e atual ensino médio) ou mais anos de estudo (3º grau) com aprovação⁶⁴; já outros dados do IBGE de 1991 apontam que apenas cerca de 12% da população brasileira completou 2º grau e apenas 6% possui um diploma universitário. Os últimos dados acima demonstram a desigualdade do nível educacional escolar entre os brasileiros e devem ser tidos como parâmetros para se pensar acerca do analfabetismo funcional⁶⁵, que segundo levantamento do IBOPE (2001) chega a 31% da população brasileira com 15 anos ou mais. Quando se observa o número de pessoas analfabetas com 25 ou mais anos de idade (13.969.156 em 2001 e 13.552.000 em 2006), constata-se a lógica perversa da redução das taxas de analfabetismo no Brasil: crianças na escola, que geram números positivos, adultos envelhecendo e velhos analfabetos morrendo.

Pode-se dizer que as deficiências no sistema de ensino brasileiro são antigas, senão vejamos um pouco dessa história.

A apresentação de informações acerca da trajetória da educação escolar no Brasil, visa a contribuir para um melhor entendimento da problemática da educação formal na atualidade, bem como apontar para as causas históricas da presente deficiência do sistema educacional. Vale salientar que os dados educacionais antes apresentados foram delineados através do nosso cotidiano escolar em específico.

Apesar do longo período a ser analisado, é possível uma divisão⁶⁶ bastante eficiente na história da educação brasileira: Educação Cristã; Domínio das Ciências Experimentais; “A Transição”; “Socialização do Ensino Brasileiro”; “A Procura de Autenticidade”. Vejamos com mais detalhes cada etapa desta divisão.

⁶³ Fonte: Contagem da população 1996. Rio de Janeiro: IBGE, 1997. V-1: resultados relativos a sexo da população da unidade domiciliar.

⁶⁴ Fonte: Contagem da população 1996. Rio de Janeiro: IBGE, 1997. V-1: resultados relativos a sexo da população da unidade domiciliar.

⁶⁵ Em acordo com o MEC (LDB), indivíduos que não sabem estabelecer uma função lógica nos conteúdos que conseguem ler são analfabetos funcionais.

⁶⁶ A divisão mais completa e significativa foi encontrada na obra de José Antônio Tobias, **História da Educação Brasileira**. Autores como: Fernando de Azevedo e Anísio Teixeira, dentre outros, também elaboraram divisões na história da educação brasileira, entretanto não tão completa, abrangente, de fácil entendimento quanto a divisão de Tobias.

A Educação Cristã consiste no período em que os jesuítas (catequizadores da Companhia de Jesus, fundada em 1534) implantaram e desenvolveram no Brasil o primeiro sistema de ensino escolar, baseado, embora não exclusivamente, em princípios católicos/cristãos. Acerca desse período, escreve Azevedo, “em dois séculos ou, mais precisamente, em 210 anos, que tantos se estendem desde a chegada dos primeiros jesuítas até a expulsão da Ordem pelo Marquês de Pombal, em 1759, foram eles quase os únicos educadores do Brasil”⁶⁷. Já quanto à atuação específica dos jesuítas no sistema educacional da colônia, no decorrer da longa permanência, diz ele: “O primeiro século foi pois, o de adaptação e construção, e o segundo, o de desenvolvimento e extensão do sistema educacional que, adquirida a altura necessária, foi alargando progressivamente com unidades escolares novas, a sua esfera de atuação.”⁶⁸; no último século (XVIII), deu-se, principalmente, a organização dos seminários.

Por meio da política Igreja/Escola – “...abrir uma escola onde quer que erigissem uma igreja .” – os jesuítas delimitaram as bases do sistema educacional brasileiro e interferiram de forma definitiva nos rumos da sociedade que se formava na colônia. Para Azevedo, os catequizadores jesuítas:

*Atraindo os meninos índios às suas casas ou indo-lhes ao encontro nas aldeias; associando na mesma comunidade escolar, filhos de nativos e de reinóis, - brancos, índios e mestiços - , e procurando na educação dos filhos, conquistar e reeducar os pais, os jesuítas não estavam servindo apenas à obra de catequese, mas lançavam as bases da educação popular e, espalhando nas novas gerações a mesma fé, a mesma língua e os mesmos costumes, começavam a forjar, na unidade espiritual, a unidade política de uma nova pátria.*⁶⁹

Já para Gilberto Freyre, os jesuítas foram os grandes responsáveis pela destruição de culturas não européias “do século XVI ao atual”, mesmo que não se negue esta afirmação de Freyre, é inquestionável a participação dos Jesuítas na formação da Sociedade Brasileira.

⁶⁷ Azevedo, F. **A transmissão da Cultura**, p.11.

⁶⁸ Id. p.27.

⁶⁹ Ibid. p.11.

O ensino elementar não constituiu a meta máxima do sistema educativo dos jesuítas, nem mesmo no primeiro século da sua atuação no Brasil. Os jesuítas mantinham aulas de humanidades nos colégios do Rio de Janeiro, de Pernambuco e da Bahia, já no decorrer do primeiro século de sua atuação. Esse sistema educativo esteve sempre mais preocupado com a formação secundária humanística dos seus estudantes.

Alegando falta de flexibilidade e modernidade no sistema jesuítico de ensino, o Marquês de Pombal determina a expulsão dos jesuítas do Brasil e promove uma ‘reforma educacional’. Na realidade, questões práticas e políticas outras foram as reais causas da expulsão. O sistema de exploração colonial já estava consolidado.

Com essa medida executada, pelo Marquês de Pombal (em nome da mencionada reforma educacional), deu-se início a um período de caos, desmantelamento, desordem e falta de planejamento efetivo para o sistema educacional já implantado. Salienta Azevedo,

Em 1759, com a expulsão dos jesuítas, o que sofreu o Brasil não foi uma reforma do ensino, mas a destruição pura e simples de todo o sistema colonial de ensino jesuítico. Não foi um sistema ou tipo pedagógico que se transformou ou se substituiu por outro, mas uma organização escolar que se extinguiu sem que essa destruição fosse acompanhada de medidas imediatas, bastante e eficazes para lhe atenuar os efeitos ou reduzir a sua extensão.⁷⁰

A partir da ‘reforma’ de Pombal e em meio a um caos absoluto, sucedeu a emergência do “Domínio das Ciências Experimentais”. Nesse período, ocorreu a aristocratização do ensino brasileiro, com a expulsão dos jesuítas. As poucas escolas que se mantiveram, tornaram-se insuficientes para acolher as demandas surgidas. Desta forma, a educação passa a ser um privilégio de poucos e abastados financeiramente. A grande massa da população deixa de ter acesso ao ensino.

Mesmo com a expulsão dos catequizadores da Companhia de Jesus, a metodologia de ensino praticada por eles não foi completamente abandonada. Os poucos educadores que assumiram o ensino brasileiro, padres, capelães e mestres leigos contratados, continuaram a

⁷⁰ Ibid. p.47.

ensinar sob as influências das metodologias dos jesuítas, devido, em primeira instância, à inexistência de um novo procedimento de ensino.

Cerca de 70 anos após a expulsão dos educadores religiosos do Brasil, a tradição humanística e literária do ensino jesuítico ressurgiu em praticamente todos os colégios leigos e confessionais. Integrantes da Companhia de Jesus retornaram ao Brasil em 1842, 83 anos após a expulsão por Pombal. O retorno não teve, entretanto, os mesmos propósitos da primeira chegada, catequizar e implantar um sistema de ensino.

Outro período da história da educação brasileira é aquele em que ocorreu “A transição”. É o período entre aristocratização do ensino, acirrada a partir da expulsão dos jesuítas, e a socialização do ensino iniciada por meio da “Reforma da Educação do DF”. Segundo Tobias, “a natureza, porém, não faz saltos e, da aristocratização para a democratização do ensino, houve a cunha de “A transição”, que infra-estruturou a educação brasileira de 1890 a 1920, para a solene instalação do social e da socialização.”⁷¹. Esta fase de transição foi marcada pelo primeiro surto industrial, por políticas migratórias, pela abolição do regime de escravidão afro e início da organização do trabalho livre, pelo regime republicano e pela constante urbanização do país.

Mesmo com o advento de algumas melhorias no sistema de ensino no período de “Transição”, afirma Azevedo:

A educação teria de arrastar-se através de todo o século XIX, inorganizada, anárquica, incessantemente desagregada. Entre o ensino primário e o secundário não há pontes ou articulações: são dois mundos que se orientam cada um na sua direção.⁷², afirma ainda: Nesse regime de educação doméstica e escolar próprio para fabricar uma cultura antidemocrática, de privilegiados, a distância social entre os adultos e as crianças, o rigor da autoridade, a ausência da colaboração da mulher, a grande diferença de educação dos dois sexos e o predomínio quase que absoluto das atividades puramente intelectuais, sobre as de base manual e mecânica, mostram em que medida

⁷¹ Tobias, J. A. **História da educação brasileira**, p. 14.

⁷² Azevedo, F. op. cit. p. 73.

*influiu na evolução de nosso tipo educacional a civilização baseada na escravidão.*⁷³

Já no período entre 1920 e 1950, ocorreu a conhecida “Socialização do Ensino Brasileiro”, devido inicialmente à Reforma da Educação do DF, implantada por Fernando Azevedo e a difusão do ideal desta reforma para o resto do país. Os principais lemas dessa reforma, que por muito tempo permeou a área educacional, consistiram em: direção social do ensino; nacionalismo; educação universal; articulação entre áreas do conhecimento; alargamento do raio de ação. Apesar da importância dessas políticas e ações para o sistema educativo formal brasileiro, ainda não se conseguiu realmente uma universalização plena do ensino.

“A Procura de Autenticidade” foi, segundo Tobias, “o grande capítulo da História da Educação Brasileira, em que a nação baseada na realidade nacional, procura, por si mesma, soluções para seus próprios problemas educacionais.”⁷⁴. Essa “Procura” é presente até os dias atuais.

Vale salientar, contudo, o fato de que até a Constituição de 1823 as mulheres não tinham direito ao ensino escolar no Brasil. Ocorreram várias tentativas para o início da educação escolar de mulheres no período colonial, entretanto todas iniciativas foram negadas, ou mesmo, não levadas em consideração pela administração portuguesa.

Uma análise da história da educação brasileira leva-nos a algumas conclusões que são importantes para entendermos a situação atual da educação, e mesmo a inferir sobre o tipo de comunicação social que se desenvolveu no país. Apesar da “Socialização do Ensino Brasileiro” iniciada nos anos 20, ainda não ocorreu até os dias atuais uma erradicação do analfabetismo⁷⁵; o nível educacional é bastante heterogêneo entre os brasileiros (como demonstrado anteriormente, ainda são poucos os estudantes que concluem os ensinos fundamental e médio.); quando levado em consideração o “analfabetismo funcional”,

⁷³ Azevedo, F. **A cultura brasileira**, p. 560.

⁷⁴ Tobias, J. A. op. cit. p. 15.

⁷⁵ Algumas taxas de analfabetismo (“não sabe ler e escrever”) no Brasil: 66,4% em 1872; 67,2% em 1890; 58,8% em 1900; 60,1% em 1920 (dados publicados em: Azevedo, F. **A transmissão da cultura**, p. 69.); 50,6% em 1.950; 33,8% em 1.970; 18,3% em 1990 (dados publicados em: Velloso, J. P. (org). **Educação e modernidade**, p. 20 – pessoas com mais de 15 anos de idade); 17,4% em 1996 (Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios 1996. Rio de Janeiro: IBGE, v.18, 1998 – pessoas com mais de 5 anos); 10,2%, com 10 ou mais anos de idade, em 2004/05 (Fonte: PNAD/IBGE 2004/2005); 9,22%, com 10 ou mais anos de idade, em 2006 (Fonte: PNAD/IBGE 2006/2007).

verifica-se um vasto número de indivíduos sem a capacidade de leitura de textos, principalmente os escritos mais complexos, publicados pelos *media*.

Assim, pode-se afirmar que a sociedade brasileira é bastante desigual em se tratando de escolaridade e que esse fato deve ser considerado, ou mesmo tomado como parte do objeto de estudo, quando se pesquisa sobre essa população. A desigualdade da sociedade brasileira no tocante à situação educacional reflete e refrata outras desigualdades sociais e econômicas, que, apesar de antigas, apresentam-se de forma nova nos tempos atuais. Como salienta David Harvey, na obra **A Condição Pós-Moderna**, na pós-modernidade os ricos e educados foram os mais privilegiados; no “show” das “imagens” e do “espetáculo” pós-moderno ocorreu um fortalecimento do capital fictício e financeiro. Ele diz: “Nas costas dessa expansão dos negócios e dos seus serviços financeiros, formulou-se toda uma nova cultura *yuppie*, com seus atrativos de pequena nobreza, estreita atenção ao capital simbólico, à moda e ao design e de qualidade de vida urbana”⁷⁶. Do “outro lado”, em contrapartida, estabeleceu-se o empobrecimento, a precariedade educacional e a falta de moradia para os menos ‘favorecidos’.

⁷⁶ Harvey, D. **A condição Pós-Moderna**, p. 295.

3.4 LÍNGUA E LINGUAGEM: BASES PARA O PROCESSO EDUCATIVO E TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÕES/ CONHECIMENTO

Julgamos bastante pertinente, mesmo depois de discutir sobre as especificidades do meio de comunicação televisivo, enquanto técnica e conteúdo, apresentar alguns conceitos imprescindíveis, bem como discutir a respeito deles, para se entender a própria expansão da televisão na sociedade brasileira, bem como seu principal produto, a telenovela: língua, palavra, linguagem (verbal oral, escrita e visual).

Apesar de a percepção ser a “janela para o mundo”, por onde introduzimos as mais diversas informações captadas no mundo exterior, sabe-se que os estímulos só ganham forma e sentido na nossa mente por meio da palavra ou da linguagem. Tudo o que se nos apresenta de forma dispersa e caótica é dotado de sentido por meio da palavra. Para ser atribuído sentido a alguma informação é necessário a imediata criação de uma representação por meio de um conhecimento específico relacionado à linguagem que adotamos para nos comunicar. Sem a palavra, os eventos exteriores não passam de um amontoado de informações díspares e sem significado⁷⁷.

Podemos ter a língua como a principal forma de linguagem nas sociedades contemporâneas, a qual pode se manifestar como linguagem verbal oral ou escrita⁷⁸. Convém afirmar, do mesmo modo, que é por meio da linguagem verbal que os indivíduos interiorizam grande parte do conhecimento. A linguagem verbal oral precede a história humana ocidental, já a linguagem escrita, de certa forma, confunde-se com a própria história da humanidade em registro escrito. De outra forma, pode-se considerar a linguagem visual inerente à própria existência humana. A linguagem visual é, nesse contexto histórico, responsável pela maior parte da nossa comunicação, assim como a televisão, veículo que abusa dessa forma de linguagem, é responsável por parte significativa da transmissão de

⁷⁷ Discussões sobre esse assunto e com essa abordagem estão presentes em Freud, A Interpretação das Afásias.

⁷⁸ Sobre esse assunto, ver: Santaella, L. **O que é semiótica**.

informações⁷⁹. Como diria McLuhan, a televisão, além de ser uma extensão dos ouvidos humanos, como o rádio, por exemplo, consiste numa extensão da nossa visão⁸⁰. Assim podemos melhor entender, como já dito antes, que 75% da percepção humana se dá por meio da visão.

É importante mencionar que a cultura brasileira consagrou-se, em termos gerais, como uma cultura com fortes traços de oralidade. A textualidade ainda está distante da vida de muitos brasileiros, muitas vezes devido à falta de domínio do código escrito. O hábito de leitura é restrito a apenas uma parcela da população. Daí, uma explicação para a rápida expansão de veículos de comunicação baseados na oralidade, como o rádio e a televisão.

A televisão propicia a junção de sons e imagens num único meio comunicativo, resultante da aplicação de tecnologias mecânicas, eletrônicas e óticas. Veículo que, como o rádio, por exemplo, permite a leitura e absorção de conteúdos sem o domínio de um código escrito. Os mesmos mecanismos da comunicação interpessoal são acionados no ato da recepção, apesar das distâncias entre o local da captura da imagem e o receptor, sem falar no fator tempo.

O fato de a televisão ser um veículo de comunicação que utiliza a linguagem verbal oral e, principalmente, a linguagem visual, possibilita que praticamente toda população brasileira tenha acesso à maioria das informações veiculadas nesse meio. A mesma possibilidade não ocorre com um meio de comunicação que utiliza a linguagem verbal escrita, como é, por exemplo, o jornal impresso. Dessa forma, vale afirmar que boa parte da população brasileira, tanto no início da expansão televisiva quanto ainda nos dias atuais, não é capaz de acessar mensagens escritas, devido ao fato desta parcela da população não deter os códigos básicos da linguagem verbal escrita (analfabetos)⁸¹ e/ou não conseguir dar funcionalidade ao que conseguem ler (analfabetos funcionais)⁸².

⁷⁹ A respeito desse enfoque, ver: Citelli, A. **Palavras, meios de comunicação e educação**.

⁸⁰ Ver: McLuhan, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**.

⁸¹ As taxas de analfabetismo no Brasil constam em passagens anteriores (p. 15, 37, 42).

⁸² Em acordo com a LDB do MEC, indivíduos que não sabem estabelecer uma função lógica nos conteúdos que conseguem ler são analfabetos funcionais. Se tomado este conceito como parâmetro para calcular o número de analfabetos no Brasil, o resultado seria assustador. Já segundo o IBGE, analfabetos funcionais são “as pessoas com menos de 4 anos de estudo”; na “Síntese de Indicadores Sociais 1998” está publicado que 32% dos brasileiros de 15 anos ou mais de idade são analfabetos funcionais (Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios 1997. Microdados. Rio de Janeiro: IBGE, 1998). Segundo levantamento do IBOPE (2001), 31% dos brasileiros com 15 anos ou mais são analfabetos funcionais.

Apesar do longo período de utilização da linguagem verbal escrita, é ainda grande o número de pessoas no Brasil que não dominam os códigos dessa linguagem. Mesmo tendo ocorrido uma diminuição gradativa no número absoluto, continua grande o contingente de pessoas analfabetas⁸³ e analfabetas funcionais⁸⁴ no Brasil. Vivemos perante a seguinte situação conflitante: seres humanos ocidentais à beira do terceiro milênio não manipulam o código escrito da sociedade em que vivem. É como se pré-história e história convivessem juntas num mesmo período.

Vale frisar, entretanto, que, apesar da grande participação da linguagem visual no processo de recepção e percepção de conteúdos televisivos, além da linguagem verbal oral, e até escrita, este estudo, em função da dificuldade ou mesmo impossibilidade de avaliar/ analisar respostas emitidas pelos participantes da pesquisa por meio da linguagem visual, solicitará sempre que as manifestações dessa natureza sejam oralmente ou ortograficamente verbalizadas, em suma, será requerido que todas as comunicações que utilizem desenhos, trações ou rabiscos, sejam interpretadas e apresentadas de forma oral ou textual.

⁸³ Em acordo com a LDB do MEC, analfabeto é toda pessoa que não sabe ler nem escrever.

⁸⁴ Segundo a LDB do MEC, analfabeto funcional é toda pessoa, que mesmo sabendo ler e escrever, não consegue dar funcionalidade a um texto escrito mais complexo.

3.5 MEMÓRIA E LEMBRANÇAS: O INDIVÍDUO E A COLETIVIDADE

Retomando a questão da memória e lembranças, com o intuito de melhor abordar esses assuntos, recorrentes especialmente à fase inicial do estudo, vale reafirmar a aproximação dessa investigação ao pensamento e práticas de Ecléa Bosi, em especial às formas dessa autora avaliar os seus entrevistados, bem como interagir com os mesmos. Bosi defende primordialmente que as lembranças dos pesquisados não devem ser vistas como acertos ou erros em relação aos fatos reais, mas sim como formas concretas, puramente subjetivas ou não, de percepções e memorização desses fatos. Assim, o levantamento das lembranças dos telespectadores das temáticas sociais emitidas na telenovela “Páginas da Vida” será delineado a partir da consideração dessa premissa.

Por meio de ‘lembranças’ de “velhos”, Bosi recria um passado distinto, muitas vezes, das versões oficiais da História e nos põe em confronto com a questão da memória.

Afinal, o que seria a memória, indo além do conceito simplista já apresentado?

Seria uma ponte entre o presente (percepção) e o passado?

Situa-se no passado?

Como se explica o fato de a memória só se realizar no presente?

Bosi remete-se a Henri Bergson, mais especificamente a obra *Matière et Mémoire*, para construir e concretizar uma conceituação de “memória”. Ela adere ao pensamento desse autor para praticamente toda a sua teorização da questão, o que, de certa forma, tende a valorizar fatores individuais e subjetivos em todos os levantamentos de ‘lembranças’ então realizados no decorrer das suas pesquisas; algo bastante defendido por Bergson.

Diz ela, inicialmente: “Bergson vai opor vigorosamente a percepção atual àquilo que, logo adiante, chamará de lembrança”(…)“para Bergson, o universo das lembranças não constitui do mesmo modo que o universo das percepções e das idéias”⁸⁵. Tomando como percepção “mero resultado do ambiente com o sistema nervoso” e lembranças como algo

⁸⁵ Bosi, E. **Memória e Sociedade**, p. 8.

que entra no jogo perceptivo no momento que se resgatam informações já armazenadas no passado para perceber estímulos do presente.

E continua: lembrar é, segundo Bergson: “vir de baixo”, ou seja, o que estava submerso, subconsciente, “de toda a vida psicológica já percorrida.”

Para ela, “a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo “atual” das representações”⁸⁶.

Remetendo-se ainda ao pensamento de Bergson, conclui Bosi: “A memória seria o lado subjetivo do nosso conhecimento das coisas”⁸⁷, que quer dizer, por meio do que está armazenado na memória individual é que se ‘percebe’ completamente o presente.

Em suma: “a percepção concreta precisa valer-se do passado que de algum modo se conservou; a memória é essa reserva crescente a cada instante e que dispõe da totalidade da nossa experiência adquirida”⁸⁸.

Apesar da afinidade do estudo com a conceituação acima, não se pode deixar de mencionar, como fez Le Goff, que o estudo da memória perpassa o conhecimento de várias áreas científicas, podendo ocorrer variações significativas nos conceitos bem como nas abordagens. Para áreas como a psicologia, a biologia, a psicofisiologia, a neurofisiologia e a psiquiatria, a memória remete-se mais “a um conjunto de ‘funções’ psíquicas”; já nos campos científicos da antropologia, sociologia e história, a “propriedade de conservar informações” adquire uma conotação muito mais social e coletiva do que individual e física.

Em função disso, torna-se necessária a apresentação de outras análises, com o intuito de um melhor entendimento da questão e da exposição de correlações com esse estudo.

Bergson, que apresenta uma perspectiva mais filosófica dos estudos da memória e tende a valorizar fatores individuais e subjetivos nessas análises, afirma que “o mecanismo cerebral é feito precisamente para recalcar a quase totalidade do passado no inconsciente e só introduzir na consciência o que for de natureza prática, que esclareça a situação presente, que ajude a ação em preparação, que forneça, enfim, um trabalho útil”⁸⁹. Remetendo à

⁸⁶ Id. p. 9.

⁸⁷ Ibid. p. 9.

⁸⁸ Ibid. p. 10.

⁸⁹ Bergson, H. **Memória e Vida**, p. 48.

investigação ora pretendida, inicialmente, os entrevistados serão estimulados a lembrar, ou seja, tornar consciente, informações já potencialmente absorvidas no momento que assistiram à telenovela, mais especificamente às abordagens sociais. Em outros momentos do estudo, entretanto, eles serão confrontados com fragmentos das abordagens, para uma averiguação da recepção e percepção.

Outra passagem dessa mesma obra do autor acima deve ser considerada neste estudo: “É certo que pensamos apenas com uma pequena parte do nosso passado; mas é com nosso passado inteiro, inclusive com a nossa curvatura de alma original, que desejamos, queremos, agimos.”⁹⁰ Refletindo dessa forma e levando em conta que a linguagem atua decisivamente na memória, e ainda que muitos brasileiros não absorvam conhecimentos provenientes do domínio da linguagem verbal escrita, crucial na socialização para os tempos atuais, pode se falar num impasse, o qual faz parte dos objetivos de análise dessa investigação.

É importante ponderarmos, também, como nos salientou Posner, que os dois sistemas distintos constituintes da memória humana⁹¹ — sistema ativo, com poucos itens, e a longo prazo, com enorme reserva de dados — podem ser ativados em qualquer momento que o indivíduo entre em contato com uma informação, seja essa qual for, do exterior ou da sua própria mente. Assim, mais uma vez, percebemos a grande atuação de informações previamente armazenadas no cérebro nos diversos contatos do indivíduo com os mais variados ambientes, valorizando-se a aprendizagem e a vivência nesses processos.

Do ponto de vista sociológico, a memória extrapola o âmbito individual e subjetivo e assume também um caráter coletivo; apesar de “não estarmos ainda habituados a falar da memória de um grupo”⁹², como afirma Halbwachs. Apesar disso, deve-se estar atento ao fato de que não existe memória sem a ligação desta com um corpo específico, ou seja, a um cérebro. Assim, “admitamos todavia que haja, para as lembranças duas maneiras de se organizar e que possam ora se agrupar em torno de uma pessoa definida, (...), ora distribuí-se no interior de uma sociedade grande ou pequena (...) haveria então memórias individuais e, se o quisermos, memórias coletivas”⁹³. No entanto, mais importante que identificar uma

⁹⁰ Id. p. 48.

⁹¹ Sobre esse assunto, ver: Posner, M. **Cognição**.

⁹² Halbwachs, M. **A memória coletiva**, p.53.

⁹³ Id. p.53.

ou outra, é perceber que uma coexiste com a outra, ou mesmo interfere na outra, apesar de não serem idênticas; sempre estamos em contato com outros, não vivemos sós, isolados — não existe um eu sem um nós. Para Halbwachs, apesar de a memória coletiva envolver memórias individuais, ela evolui segundo suas leis e não se confunde com essas e, também, não existe memória individual deslocada do social: as lembranças individuais dependem sempre dos outros, da memória do grupo. Em suma, segundo esse autor, as duas memórias, pessoal (autobiográfica, interior ou interna) e social (histórica ou exterior), operariam da seguinte forma: “a primeira se apoiaria na segunda, pois toda história de nossa vida faz parte da história em geral. Mas a segunda seria, naturalmente, bem mais ampla do que a primeira”⁹⁴.

No caso específico da análise de conteúdos de telenovela no Brasil, não se pode negar, de imediato, o caráter coletivo do ato de assistir a esse tipo de produto televisivo e acompanhá-lo. Mesmo estando o estudo direcionado para as lembranças individuais das abordagens sociais, não se pode deixar de lado o caráter social e coletivo do ato de assistir à telenovela, além do próprio caráter coletivo da memória. Assim, toda lembrança individual das abordagens estará impregnada de lembranças coletivas, apesar da expressão individual do entrevistado.

É importante também salientar que, ainda segundo Halbwachs, a memória coletiva, diferentemente da individual, costuma durar uma geração em relação àquela que participou de ou vivenciou os fatos; já a memória individual, além de geralmente promover diferenciações em pontos de vista sobre um mesmo assunto/ fato, pode resgatar lembranças de outras gerações, desde que informações específicas sejam armazenadas previamente na memória por meio da percepção.

Pensando em termos psicanalíticos, não é possível a existência de uma percepção pura, nova, sem contato com informações já armazenadas na economia psíquica do indivíduo. Para entender o novo, o indivíduo resgata informações antigas, armazenadas por meio de “vivências” anteriores. Para Freud, essa capacidade humana de deixar vivências passadas interferirem, “modificarem” a vivência presente, consiste na memória: “capacidade humana de ser permanentemente modificado”⁹⁵.

⁹⁴ Ibid. p.55.

⁹⁵ Abordagem contida na obra *Proyecto de una psicología para neurólogos*, de Sigmund Freud.

Assim como segundo Freud, para Halbwachs não existe percepção pura, conforme este, lembrança pura; uma lembrança será sempre “uma reconstrução do passado”. Diz Halbwachs, “temos freqüentemente repetido: a lembrança é, em larga medida, uma reconstrução do passado com a ajuda de dados emprestados do presente e, além disso, preparada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada”⁹⁶.

Num estudo de memória é preciso levar em consideração, como fez Bosi, a dialética indivíduo e sociedade, tema recorrente na sociologia.⁹⁷ Apesar do fato de a memória esbarrar na dependência do cérebro/ indivíduo, este estabelece, necessariamente, relações com o mundo exterior, sociedade/ valores e normas sociais. O próprio contato do homem com o meio ambiente pode ser avaliado como um ato social. Desta forma, assumindo que não existe a possibilidade de uma memória primordialmente individual, em função da dependência e inter-relação desta com o social/ coletivo, o que se verifica é a possibilidade de cada indivíduo estabelecer articulações com os seus próprios acervos de lembranças. Enfim, independentemente da valorização do subjetivo no pensamento de Bergson e da preocupação primordial de Halbwachs⁹⁸ em estudar “os quadros sociais da memória”, o mais importante é perceber a participação do eu e do nós no fenômeno das lembranças e da memória, da mesma forma que defendeu Norbert Elias no ‘funcionamento’ da sociedade.

Uma afirmação de Ecléa Bosi apresenta-se bastante significativa para resumir o que está presente, como teses defendidas ou não, de uma forma ou de outra, em todas as análises consultadas a respeito da memória: “O instrumento decisivamente socializador da memória é a linguagem”⁹⁹. O que consiste, por extensão, em afirmar que a socialização em geral, como a própria socialização da memória, perpassa pela linguagem ou é atravessada por ela. As observações acima tornam-se muito importantes para este estudo, na medida em que se pretende avaliar indivíduos com deficiências marcantes na aquisição e domínio de processos lingüísticos.

⁹⁶ Halbwachs, M. op. cit. p.71.

⁹⁷ De Durkheim (valorizando o “fato social”; o mesmo que defender os valores e normas sociais como motores da História, ou seja, da sociedade) a Weber (que por meio da definição de “Ação Social”, valoriza as ações do indivíduo), passando por Marx e chegando a Norbert Elias (que defende uma “Sociedade dos Indivíduos”, onde o eu e o nós são atuantes).

⁹⁸ Pensador que prolonga os estudos de Durkheim, na tradição da sociologia francesa. E assim como este, valoriza o “fato social” em detrimento do individual/ subjetivo.

⁹⁹ Bosi, E. op. cit. p. 18.

O intuito na fase inicial da investigação (1ª fase) não é levantar ‘realmente’ as Temáticas, Temas e *Merchandising* Social apresentados na telenovela “Páginas da Vida”, o que seria impossível investigando apenas os telespectadores, mas um levantamento das lembranças, buscadas na memória dos telespectadores a respeito desses conteúdos, bem como da novela no geral, assumindo as lembranças como resgates na memória. O que se pretende, em suma, com esta investigação, é recuperar parte das experiências vividas pelos telespectadores da telenovela Páginas da Vida, ou seja, um levantamento de representações do passado. Assim, haverá a possibilidade de verificação do que ainda permanece na memória, o que será acessado por meio da verbalização de lembranças.

Não se pode deixar de ponderar, entretanto, o fato de a memória ser formada a partir do contato do indivíduo com o meio externo, que no caso das abordagens sociais deu-se por meio da recepção e percepção dos conteúdos apresentados na telenovela em questão. Portanto, torna-se primordial, da mesma forma que a discussão sobre a questão acima, algumas argumentações sobre recepção e percepção, a ver apresentadas e debatidas a seguir.

3.6 RECEPÇÃO E AS MEDIAÇÕES

Após as discussões teóricas relacionadas à ‘memória’ e às ‘lembranças’, que fazem remissões diretas à primeira etapa empírica da pesquisa, passamos a discorrer a respeito da questão da recepção, que também, além da abordagem de percepção, integra ao estudo, como vertentes investigativas da segunda fase de campo.

Os estudos de recepção de conteúdos televisivos, muitos com ênfase em telenovelas, já se tornaram bastante frequentes nos países da América Latina, o que proporcionou um amplo conhecimento relacionado a esse assunto, facilitando assim os novos estudos que estão sendo realizados e principalmente os que estão por vir. Desta forma, essa pesquisa se beneficiará dos arcabouços teóricos e metodológicos disponíveis, tentando dialogar e contribuir com as discussões já realizadas, além de introduzir na área uma nova perspectiva analítica: a percepção.

Apesar da realização, desde as primeiras décadas do século XX, principalmente nos Estados Unidos da América, de estudos relacionados à questão da recepção de produtos provenientes dos ‘meios de comunicação de massa’, o conceito é adotado e mesmo apropriado como enfoque de escola acadêmica, e, com ênfase nos sujeitos dos processos comunicativos, nas pesquisas latino-americanas a partir de 1980.

O contexto a ser estudado nessa investigação, em função da tradição das abordagens dos estudos latino-americanos de recepção, também remete, quase que naturalmente, às mediações — que consistem nos fatores intervenientes nos atos receptivos — em especial, nesse caso, a dos níveis educacionais formais, tanto na recepção de conteúdos televisivos (Temática, Tema e *Merchandising Social*) como na provável interferência desses mesmos níveis, além de outros fatores, na percepção dos conteúdos.

Para iniciar uma discussão sobre essas teorizações latino-americanas da recepção, vale dizer em princípio que a maioria dos primeiros estudos da área da Comunicação, tanto os da Teoria Crítica (Escola de Frankfurt)¹⁰⁰ quanto outros, mesmo os de inspiração

¹⁰⁰ Sobre esse assunto, ver: Adorno; Horkheimer.

marxista,¹⁰¹ e também alguns funcionalistas (de perspectiva mais ortodoxa¹⁰²), foram produzidos sob o prisma de que os indivíduos, receptores passivos, eram reféns das ofertas programáticas disponibilizadas pelos *media*. Recentemente, porém, surgiram os estudos de efeito/recepção¹⁰³ que passaram a atribuir um papel ao sujeito no ato de recepção das mensagens midiáticas. A recepção, especialmente para os pensadores latino-americanos, passa a ser tida como um ato dinâmico entre oferta (emissor = veículo = instituição) e demanda (receptor = sujeito = eu); é cogitado o fim da ditadura absoluta do emissor. O ato comunicativo passa a ser considerado, sob essa nova ótica da recepção, como um ato repleto de mediações, negociações, contradições entre emissor e receptor.

Partindo dessa perspectiva, principalmente nos estudos latino-americanos de recepção¹⁰⁴, re-posiciona-se o receptor no ato comunicativo, atribuindo poder a ele, ao contrário do papel definido tanto pelos estudos norte-americanos dos ‘efeitos’¹⁰⁵ como pela Teoria Crítica. De passivos, vítimas das intenções do emissor, e alienados, os receptores passam a ser vistos pelos pensadores latino-americanos como sujeitos ativos, atuantes no momento da recepção, mediada por diversos fatores individuais e/ou culturais.

Segundo Martín-Barbero, principal expoente dos enfoques latino-americanos, os estudos de recepção surgiram com o intuito de desmistificar essa suposta passividade do receptor.

Tal deslocamento do foco de atenção significa, num primeiro momento, para os mais diversos estudiosos alinhados com os estudos latino-americanos de recepção, uma valorização dos fatores subjetivos do receptor na análise do ato comunicacional. É perceber melhor o outro lado do ato, o receptor.

Fausto Neto, pesquisador brasileiro envolvido com essa questão, salienta, em palestra no Ministério da Saúde, que as pesquisas em comunicações, por várias décadas, foram instrumentalizadas pelas posições de ênfase ao “poder de fogo dos media sobre os

¹⁰¹ Ver, dentre outros: Althusser; Benjamin.

¹⁰² Em relação a isso, consultar: Merton; C.W. Mills; Reisman.

¹⁰³ Que podemos destacar os funcionalistas (de perspectiva mais heterodoxa, mesmo sem utilizarem o termo recepção), dentre outros: Lazarsfeld; Park. Bem como demais pensadores mais contemporâneos, como: Blumler; Luhmann; Barbero; Orozco; Lull.

¹⁰⁴ Tendo como principais vertentes os estudos de Martín-Barbero e Orozco.

¹⁰⁵ Ver, dentre outros: Wright, C. R. *Mass Communications: A Sociological Approach*; Wright Mills. *Power, Politics and People*. Lasswell, H. D. *The Structure and Function of Communication in Society*.

indivíduos” e o poder representacional das classes dominantes pelos *media*. Em acordo com ele, isto é justificável uma vez que:

Tais problematizações e encaminhamentos têm repercussão na esfera dos mercados que requeriam das práticas comunicativas aportes para a condução de campanhas e/ou ações institucionais mediante os quais visava à estruturação de situações de interação construídas por políticas de diferentes matrizes¹⁰⁶.

Ainda segundo esse autor, os estudos de recepção surgiram com o intuito de desmistificar essa suposta passividade do receptor.

Martín-Barbero acrescenta, acerca do lugar ocupado pelo receptor nos estudos de comunicação social até pouco tempo,

Em nossa primeira etapa de investigação – dos anos 60 até há pouco tempo – conviveram fundidos dois elementos contraditórios: politização absoluta da análise da mensagem e a despolitização, a dessocialização do receptor, que é pensado apenas individualmente: pobrezinho do telespectador, leitor de jornais sensacionalistas, ouvinte de rádio, exposto a essa enorme manipulação dos meios.¹⁰⁷

Para Martín-Barbero, a proposta dos novos estudos de recepção é que esse modelo seja revisto e discutido. “Agora é possível colocar outros problemas. Não por vontade dos investigadores e dos estudiosos, mas pela busca em nossa investigação do que a sociedade, as nossas culturas e a nossa história criaram, e que nós não estamos vendo”¹⁰⁸.

Desta forma, deve-se considerar, como fez Martín-Barbero, que em função das transformações nas culturas subalternas, aliadas a processos de transnacionalização, emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas, a comunicação converteu-se

¹⁰⁶ Neto, A. F. Conferência apresentada no Seminário sobre Estudos de Avaliação das Ações do IEC – Ministério da Saúde – Brasília, 10 e 11 de novembro de 1997.

¹⁰⁷ Martín-Barbero, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social In: Sousa, M (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**, p. 42.

¹⁰⁸ Id. p, 42.

em espaço estratégico para analisar esse contexto novo de transformação. “Assim, o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais.”¹⁰⁹ Ainda diz ele: “assim a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que dos meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de re-conhecimento.”¹¹⁰

Segundo o autor da corrente latino-americana, “o pensamento de Frankfurt nos impedia de pensar por nós próprios, tudo o que de nossa realidade social e cultural não cabia nem em sua sistematização nem em sua dialética”¹¹¹. Sem concordar totalmente com a afirmação acima, principalmente no tocante à idéia de impedimento, à medida que sabemos que qualquer teoria deverá ser de imediato relativizada quando utilizada para explicar uma realidade diferente da que foi produzida, verifica-se, contudo, a necessidade de se ponderar as especificidades da América Latina em todo e qualquer estudo referente a essa realidade. Fatores ligados à nossa cultura, identidade cultural, formação étnica, ao sistema educacional deverão imprescindivelmente ser levados em consideração nas mais diversas análises relacionadas a esse espaço geográfico. Entretanto, não podemos culpar, nem muito menos desqualificar os frankfurtianos por não terem feito ou indicado essa adequação teórica; a análise deles naquele momento estava direcionada para outra realidade social.

Para Guillermo Orozco Gómez, mexicano bastante envolvido com os estudos de recepção, os atos comunicativos através dos meios de comunicação social, especialmente a televisão, sofrem a interferência de diversas mediações. Segundo ele, a “recepção é interação”, dependente de vários fatores provenientes do receptor, delineados a partir das experiências sócio-culturais de cada indivíduo, ou seja, em decorrência de culturas específicas. Assim, os veículos de comunicação devem ser vistos da mesma forma que outras instituições sociais, como: família; igreja; escola, ou seja, como um dos diversos “espaços de mediação cultural”¹¹².

¹⁰⁹ Martin-Barbero, **Dos Meios às Mediações**, p. 270.

¹¹⁰ Id. p. 28.

¹¹¹ Ibid. p. 76.

¹¹² Sobre esse assunto, ver: Gómez, G. O. *Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva*.

Pensando dessa maneira, podemos perceber a carência imediata de novos estudos para avaliar esse distinto contexto que se apresenta, estudos que ponderem o surgimento desses novos ‘sujeitos’ sociais, numa dinâmica de relações humanas distintas. Entretanto, em função das teorizações já realizadas até o momento, com elevada concentração de perspectiva investigativa etnográfica e bastante esvaziadas de teor crítico, verifica-se também a necessidade de novos enfoques, com discussões mais profundas, críticas e investigativas.

O que ainda deve ser destacado é que essa discussão acerca do papel do receptor no ato comunicativo através dos *media* não se distancia muito da problemática acerca da dialética entre indivíduo e sociedade, que tem permeado por muito tempo a Filosofia e as Ciências Sociais e Humanas, especialmente a Sociologia. Descobrir o verdadeiro papel do sujeito numa dinâmica social específica tem sido uma preocupação constante há bastante tempo.

Vale ser lembrado, inclusive que, desde os Filósofos Clássicos, estendendo pelos pensadores medievais e Iluministas e, principalmente, a partir das revoluções Industrial e Francesa, quando os problemas sociais urbanos passaram a constituir um objeto de análise permanente, a dialética indivíduo e sociedade permeou, mesmo que por vezes reprimida e/ou implícita, as discussões filosófico-científico-intelectuais.

No entanto, essa questão adquire mais visibilidade com o advento do pensamento positivista e com a sistematização do conhecimento sociológico.

A Sociologia, desde a sua constituição enquanto ciência, tem se preocupado com as categorias de indivíduo e de sociedade em contextos sociais e intelectuais diversos. Discutir acerca do agente motor da sociedade tem sido uma preocupação constante: afinal, quem move a sociedade? Os valores individuais (sujeito = eu) ou os valores sociais (nós)?

Na Sociologia Clássica esta problemática foi tratada de forma essencialmente dualística; dois autores são fundamentais para se pensar este enfoque: Émile Durkheim e Max Weber. De um lado Durkheim e seus seguidores defendendo uma supremacia da sociedade (valores, regras e normas coletivas) perante os indivíduos isolados; são os valores, regras e normas compartilhadas socialmente os motores da história. No lado oposto, posicionou Weber e seus pares defendendo a tese de que os indivíduos são dotados

de grande autonomia, suficiente para definirem a história por meio das ações sociais; em suma, para esses são os indivíduos os motores da história.

Já na Sociologia Contemporânea surge uma corrente com o intuito de diminuir a dicotomia presente nas abordagens acerca da dinâmica indivíduo e sociedade; Norbert Elias, um dos principais pensadores desta corrente sociológica, defende a tese de que tanto o indivíduo quanto a sociedade (valores e normas coletivas) participam da construção da história. Para Elias não existe “um eu destituído de um nós... a história é sempre a história de uma sociedade, mas, sem a menor dúvida, de uma sociedade de indivíduos.”¹¹³.

Nos estudos de recepção, Martín-Barbero inclusive aponta para uma saída que deve ser avaliada, apesar de não ter sido desenvolvida nas suas enunciações. Para ele devemos evitar os extremos.

*O primeiro extremo é: quem sabe o que se passa na comunicação é o emissor. Há que estudar as intenções do emissor, se são manipulatórias ou ideológicas. Nem podemos ficar no extremo de pensar que o receptor faz o que quer com a mensagem. O que estamos estudando, com base na recepção, é um modo de interagir não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores sociais, e não só com os aparatos.*¹¹⁴

Adotando como parâmetro temporal e espacial a sociedade brasileira, tomando consciência das suas especificidades histórico-sociais, qual o papel do eu e do nós (valores e normas sociais) nas relações sociais? Como se manifesta a subjetividade na recepção dos *media*?

Uma primeira observação acerca dessa questão é que tanto as teorias sociológicas analíticas da dialética indivíduo e sociedade quanto as teorias da recepção devem ser revistas e repensadas, quando existir o intuito de explicar fatos relacionados à sociedade brasileira. As especificidades da sociedade brasileira, delineadas a partir de diversos fatores intervenientes no nosso processo histórico, precisam ser consideradas em qualquer análise teórica relacionadas a questões sócio-culturais.

¹¹³ Elias, N. **A sociedade dos indivíduos**, p. 45.

¹¹⁴ Martín-Barbero, J. op. cit. 2001. p, 58.

Deve se dizer, também, que tanto no campo sociológico quanto no campo comunicacional não se pode afirmar uma supremacia absoluta do sujeito, em detrimento do social. Como salienta Elias, não há um sujeito destituído de valores e normas coletivas/sociais. Poderíamos afirmar então que não existe, no ato comunicativo, um receptor autônomo e destituído de valores e normas do emissor e das instituições midiáticas.

Em outros momentos desse trabalho serão tratadas algumas diversas especificidades da sociedade brasileira, as quais também deverão ser avaliadas para se pensar a subjetividade na recepção dos *media*.

Esta investigação, quando pretende, em parte, avaliar a mediação dos níveis educacionais, bem como de outros fatores, na lembrança e principalmente na recepção de conteúdos televisivos, alia-se, quase que naturalmente, aos enfoques latino-americanos de recepção. Apesar disso, como já foi mencionado, esta pesquisa adotou a ótica dos estudos latino-americanos como um referencial teórico de base, a ser ponderado em todo o percurso do trabalho, mesmo que propondo novos enfoques para a questão. Ter os níveis educacionais como principais mediadores da recepção e como prováveis mediadores da percepção significa atribuir ao receptor a possibilidade de diferenciação na recepção e percepção em função dos conteúdos assimilados por meio da educação formal, no entanto, fazer esse tipo de investigação também significa levantar informações sobre as discrepâncias educacionais no Brasil, seus históricos, causas e conseqüências.

Devemos levar em consideração ainda que, em acordo com Martín-Barbero, “a recepção é um processo atravessado por mediações, lugares de onde se pode entender a interação entre os espaços da produção e da recepção.”¹¹⁵. E que os níveis educacionais formais fazem parte desses espaços, assim como outros fatores específicos. Daí a importância dessas enunciações de Martín-Barbero para as propostas desta investigação.

Dentre os diversos aspectos sociais que potencialmente podem mediar a lembrança, a recepção e a percepção de conteúdos televisivos, neste estudo, principalmente em função da localização da amostra a ser investigada, daremos maior atenção para os fatores a seguir, além do mediador central previamente determinado (educação formal): educação informal; religião; filiação ideológica; classe social; interesse pelo conteúdo.

¹¹⁵ Bonin, J. A. **Identidade Étnica, Cotidiano Familiar e Telenovela**, p. 1.

Consistirá, portanto, tarefa constante do estudo perceber as diferenças ou semelhanças nas interferências determinadas por cada um dos fatores mediadores já mencionados, bem como, identificá-los nos diversos momentos de contato dos entrevistados com os conteúdos analisados. Apesar da hipótese da forte mediação dos níveis educacionais formais, os outros prováveis fatores mediadores também serão ponderados e analisados com afinco.

Vale mencionar que, apesar das alterações ocorridas nas últimas décadas no cotidiano das famílias brasileiras, em função de novas dinâmicas sociais, econômicas e tecnológicas, tornando os indivíduos mais independentes e individualistas no tocante ao consumo dos conteúdos midiáticos, ainda não se pode desconsiderar totalmente o fato da assistência da televisão, bem como, para ser mais específico, da telenovela, consistirem em práticas mediadas pelo cotidiano familiar¹¹⁶.

No entanto, apesar de termos consciência da mediação do cotidiano familiar, mesmo sendo ele hoje em proporções diferentes de décadas atrás, a opção deste estudo é analisar a recepção e percepção de conteúdos televisivos a partir de experiências individuais, em decorrência, principalmente, do interesse da investigação em analisar a mediação dos níveis educacionais formais, bem como devido a análise de percepção; fatores completamente dependentes das economias psíquicas individuais. Não significando essa escolha numa negação ou desvalorização da mediação do fator família nas relações com os meios de comunicação social, sendo apenas uma eleição de caráter logístico e metodológico.

Os estudos latino-americanos de recepção, que ganharam visibilidade a partir dos anos 80, têm constantemente defendido que as recepções de conteúdos midiáticos devem ser analisadas a partir da ponderação das culturas específicas, que no nosso caso está impregnada de mestiçagens e anacronismos, envolvidas nos processos de emissão/recepção; colocando assim a ‘cultura’ ‘local’, ‘regional’ e ‘nacional’, como interveniente direta nos processos de recepção de conteúdos dos meios de comunicação¹¹⁷. Muitos pensadores desses mesmos estudos vão além e afirmam que as especificidades culturais da América Latina definem todos os comportamentos e atitudes perante a emissão

¹¹⁶ Sobre a mediação do cotidiano familiar na recepção de telenovela temos o trabalho de Bonin, J. A. **Identidade Etnica, Cotidiano Familiar e telenovela**, ECA, 2001.

¹¹⁷ Encontramos essas abordagens em diversas obras dos seguintes pensadores, dentre outros: Jesús Martín-Barbero; Nestor Garcia Canlini; Guillermo Orozco Gómez; Maria Immacolata V. Lopes.

e recepção de conteúdos midiáticos, defendendo uma certa autonomia e independência do receptor, devido às suas especificidades sociais e culturais, esvaziando todo e qualquer caráter crítico proveniente de outros estudos que concebem as relações entre emissor e receptor como embate de forças entre dominantes (ativos) e dominados (passivos).

No entanto, a partir desses pontos de vista, ou de partida deles, dos principais estudos latino-americanos de recepção, os receptores de conteúdos midiáticos tornam-se ativos no processo de emissão/recepção por meio das suas especificidades culturais: tudo se explica por meio da cultura, desaparecendo a intencionalidade, bem como o poder, de qualquer uma das partes envolvidas nos processos comunicativos.

Não se pode negar, enfim, que a cultura particular dos latino-americanos, bem como de qualquer outro povo, interfere na recepção de conteúdos midiáticos, além de intervir em outras instâncias, mas não se deve resumir tudo a isso. Conteúdos sociológicos e antropológicos das mais diversas filiações teóricas e escolas distintas têm defendido a importância da cultura nas relações cotidianas dos indivíduos, apontando inclusive a necessidade de os estudos científicos considerarem traços culturais específicos dos indivíduos a serem analisados e pesquisados, os quais têm grande potencial em interferir nos resultados dos levantamentos. Entretanto, todas as explicações não podem ser buscadas nem pautadas nas especificidades culturais momentâneas; temos inclusive que pensar nos fatores que contribuíram para a atual realidade sociocultural, os quais detêm a capacidade de desvendar muita coisa.

Vale frisar, portanto, que os estudos da área de comunicação, especialmente os de recepção, não devem permanecer apenas em plano etnográfico, somente relatando e analisando os fatos e fatores relacionados com a recepção de conteúdos midiáticos. Na pretensão de avaliar a interferência ou mediação dos níveis educacionais formais na recepção e percepção de conteúdos televisivos, está embutida a necessidade de avaliar os fatores históricos que contribuíram para as disparidades entre os níveis educacionais dos brasileiros e, não somente concluir que as diferenças educacionais fazem parte da ‘cultura’ atual e que essa media a recepção. Da forma etnográfica nem tudo estará explicado e dito. Assim, as análises ‘científicas’ param na constatação dos fatos e não na explicação ou no seu entendimento amplo e exaustivo.

No próximo subitem, encerrando as discussões teóricas relacionadas às principais enunciações do estudo, faremos algumas observações acerca da questão perceptiva, mantendo tanto o intuito de aprofundamento nas investigações latino-americanas de recepção como a idéia de que as nossas especificidades devem ser ponderadas em qualquer investigação científica, além da vontade de construção de uma nova vertente investigativa para as pesquisas no campo da comunicação.

3.7 PERCEPÇÃO: “JANELA PARA O MUNDO”

Encerrando as discussões teóricas relacionadas ao estudo proposto, trataremos da questão da percepção, da mesma maneira que finalizamos a fase empírica da investigação com um teste perceptivo.

O intuito desse subitem consiste, além da conceituação da terminologia percepção, na discussão teórica relevante à questão em análise, na aproximação desse assunto com a área da comunicação, e ainda, na construção teórica de um método de estudo de percepção de Temática, Tema e Merchandising Social, método esse que faz parte do estudo empírico então realizado. Tratando-se de uma pesquisa original (estudo de percepção) no Campo da Comunicação Social brasileira, viu-se a necessidade de levantamento bibliográfico exaustivo sobre os assuntos em discussão, o que foi realizado e tomou parte deste texto.

Assim, as próximas páginas tratarão de uma das análises e discussões pontuais, mais especificamente da percepção, necessárias para o tratamento teórico-metodológico da investigação: “Temática, Tema e Merchandising Social em telenovela: memória, recepção e percepção”.

Vale lembrar, conforme menção feita anteriormente, que já existe uma tradição de estudos de recepção na área da comunicação social em diversos países da América Latina e que, como afirmado em outras partes desta tese, além da opção deste trabalho ser realizado sob a ótica dos estudos latino-americanos de recepção (sendo as principais referências Jesús Martín-Barbero na Colômbia e Guillermo Orozco Gómez no México, além de trabalhos específicos realizados no Brasil: Carlos Eduardo Lins da Silva (1983); Odina Fachel (1986); Mauro Wilton de Souza (1986); Maria Immacolata Lopes (1995); Roseli Aparecida Figaro Paulino (1999) e Jiani Adriana Bonin (2001)), foi também definido por uma abordagem da temática sob uma outra ótica, a da percepção; o que aponta o caráter de originalidade, e mesmo ineditismo, deste estudo.

No entanto, sabe-se que os enfoques latino-americanos de recepção defendem que as especificidades culturais das sociedades latinas consistem em fatores decisivos nos

processos de recepção de conteúdos televisivos. Demonstrando desse modo o significativo caráter social das mediações. Não é em vão que a maioria dos estudos de recepção de telenovela realizados por aqui tem como ponto de partida de análise os ambientes familiares de contato com os conteúdos. Assim, a recepção tem sido analisada como algo essencialmente coletiva ou social. Deve-se mencionar, também, que a grande maioria desses estudos apresenta de forma bastante etnográfica os fatores intervenientes nos atos receptivos, esvaziando qualquer discussão que enfoque o porquê das diferenças culturais, sociais e econômicas das sociedades latino-americanas. Entretanto, na medida em que se pretende avaliar algo mais individual, apesar de se ter consciência das dependências do indivíduo com a sociedade, as relações, interferências ou mesmo as mediações dos níveis educacionais formais nos atos de assistência de conteúdos televisivos, além de buscar entender melhor o histórico que nos proporcionou desenvolver muitas discrepâncias sociais, identificou-se a necessidade de um arcabouço teórico mais apropriado para esse tipo de análise; o que foi suprido com o enfoque da percepção e da educação formal.

No caso específico desta pesquisa, como já discorrido, o maior interesse da análise está direcionado à variável educacional, o que se tem demonstrado como algo bastante individual e particular — mesmo ponderando as peculiaridades sociais envolvidas nos processos educativos —, como fator mediador primordial, sem desconsiderar a atuação da cultura, que embute a própria educação formal, na recepção. Aproximando inevitavelmente esta investigação da questão da percepção, já que se sabe, por fim, que é por meio do cérebro do indivíduo que as mensagens sensoriais do ambiente são instantaneamente transformadas em informações conscientes, por meio da participação de milhões de neurônios e economias psíquicas previamente formadas em função das experiências vividas. Mesmo tendo em mente a participação do social na elaboração da psiquê humana não se pode deixar de entender que todos os processos relacionados a essas práticas se dão no organismo privado do indivíduo.

A maior tradição dos estudos de percepção, hoje vistos como integrantes de uma das principais áreas de estudo da psicologia, também influenciou na decisão de incluir neste estudo um tratamento voltado para a questão supra mencionada.

Formulações sobre a percepção e a cognição remetem a períodos anteriores à estruturação da Psicologia enquanto ciência. Filósofos e cientistas a partir do século XVI já

se preocupavam em entender os processos perceptivos humanos, primordialmente a própria mente dos homens (René Descartes, John Locke, Emmanuel Kant), apesar de por muito tempo terem pensado o ato perceptivo como algo inato da espécie, sem dependência da aprendizagem. No entanto, a temática da percepção ganha cada vez mais ênfase, tornando-se objeto de estudo, na medida que a psicologia se afirma como perspectiva de área específica do conhecimento (desde o final do século XIX), quando já se defendia o papel crucial da aprendizagem na percepção, tendo os primeiros debates dentro das escolas: estruturalista (Wilhelm Wundt, Edward Tichener); funcionalista (William James, John Dewey) e associacionista (Hermann Ebbinghaus, Edward Lee Thorndike). Todavia, no âmbito de áreas específicas da psicologia, como o Behaviorismo e a Gestalt, os estudos relacionados à percepção ganharam corpo e metodologias investigativas experimentais, surgindo assim uma disciplina particular: a Psicologia Cognitiva.

Torna-se importante dizer também que o fato de o estudo em questão usar imagens gravadas e editadas do conteúdo em análise, as quais foram apresentadas individualmente aos participantes da pesquisa, também contribuiu para a inclusão da abordagem da percepção, inclusive como vertente empírica. Sabe-se que, principalmente nas camadas sociais mais populares, o ato de assistir televisão consiste em algo consideravelmente coletivo, quando ocorrem agrupamentos familiares no momento da recepção de conteúdos desse veículo comunicativo, apesar de alterações constantes no processo nos últimos anos no sentido de maior individualização na prática realizada pelo telespectador. Assim, em muitas residências, especialmente nas que têm apenas um aparelho de TV, vários membros da família sentam à frente da televisão para verem a programação, tornando esse ato algo muito além da recepção e percepção simples dos conteúdos emitidos pelo veículo de comunicação, consistindo em mais um momento de convivência, diálogo, bem como embates. Quando se faz uma opção por pesquisar indivíduos isolados, o fator social da assistência à televisão perde centralidade e toma maior dimensão o fator individual e subjetivo. Vale ressaltar, entretanto, que a individualização do ato de assistir TV já é bastante significativo nas camadas médias e altas da sociedade brasileira, quando é cada vez mais normal acessar os conteúdos televisivos sem a companhia de outras pessoas, ou seja, sozinhos diante de seus aparelhos pessoais.

Ao decidir por esse tipo de enfoque, de percepção, num estudo realizado no âmbito da Comunicação Social, surgiu inicialmente uma grande dúvida e questão: como abordar um assunto bastante complexo, e mesmo conflituoso, por meio de um estudo ou teste de percepção?

Partindo para a pesquisa bibliográfica e leitura sobre o assunto da percepção, essa dúvida ou questão inicial ganhou diversos desdobramentos e encaminhamentos, como por exemplo: fazer que tipo de teste? Tomar qual área da psicologia como referência? Qual o espectro e solidez desse assunto do ponto de vista da neurociência? Como utilizar do conhecimento da psicologia e da neurociência no campo da comunicação sem imprimir ao estudo um caráter superficial e deslocado? É realmente possível focar uma temática tão complexa por meio de um estudo de percepção?

Somente depois de muito levantamento de bibliografia, foram surgindo alguns caminhos e passos a serem percorridos, para uma concretização da proposta de investigação que culminou na presente tese. Sempre deixando de lado as maiores divergências e se atendo aos pontos de vista convergentes e principalmente aos mais pertinentes para a análise sugerida. Apesar disso, existe a consciência de que ainda não se chegou a algo acabado e definitivo sobre a questão, o que se pretendeu até aqui foi apontar as principais direções tomadas, voltadas preferencialmente para este estudo, no tocante às discussões teóricas e metodológicas. Assim, não existe pretensão em esgotar a discussão sobre esse assunto, o que seria mesmo impossível, dada as proporções desta investigação. Na realidade, essa é uma empreitada para um projeto mais extenso de vida acadêmica. Entretanto, discussões até então delineadas dão sustentação às hipóteses e respostas aos problemas investigativos apresentados, bem como à tese defendida.

Vale mencionar que a maior parte dos esforços então empenhados foi, de fato, congruente para a definição de um método específico de investigação para o estudo em questão e não para apresentar uma discussão atual a respeito da questão percepção nas diversas áreas que examinam o assunto, algo que seria ainda impraticável nesse momento acadêmico.

No tocante à busca de um conceito de percepção, inicialmente, foi um pouco complicado estabelecer algo fechado e definitivo, principalmente em função das divergências existentes sobre esse assunto; trata-se de um campo conflituoso. Apesar disso,

após uma análise bibliográfica minuciosa, geralmente falando e sem desprezar consideravelmente os pontos de vista das diversas áreas que discutem a questão, a percepção pode ser pensada como “o conjunto de processos pelos quais o indivíduo mantém contato com o ambiente.”¹¹⁸ ou “processo de extrair informação do ambiente”¹¹⁹. Em complementação, vale mencionar que “cognição é a atividade de conhecer: a aquisição, organização e uso de conhecimento”¹²⁰.

Ficou claro, enfim, que os diversos pontos de vista a respeito da percepção não divergem tanto em se tratando do seu conceito propriamente dito, as discordâncias são mais acirradas no tocante às especificidades do processo perceptivo, bem como sobre os principais fatores atuantes.

Um ponto realmente conflituoso remete à questão de quais dados seriam mais relevantes para a compreensão da percepção. Segundo Day, autor que é referência no tocante a essa discussão da psicologia, “não há acordo generalizado” sobre o assunto, existindo sim um debate constante em relação a isso.

Ao apresentar uma análise geral a respeito das teorias envolvidas com a percepção, em especial sobre a questão da relevância de dados nos atos perceptivos, Day salienta inicialmente, com o intuito de facilitar o entendimento de outro ponto de vista seu:

“teorias, por outro lado, são tentativas de formulação de princípios que sirvam para explicar certo tipo ou conjunto de dados. É bom ressaltar desde o início, porém, que não há nenhum conjunto único de princípios, desenvolvido ao ponto de poder explicar e relacionar todos os dados examinados. Pelo contrário, há numerosas teorias restritas, que procuram explicar somente um conjunto bastante limitado de dados, como, por exemplo, os relativos à percepção do espaço, ou às ilusões, ou aos pós-efeitos espaciais”¹²¹.

¹¹⁸ R. H. Day. **Psicologia da Percepção**, p. 3.

¹¹⁹ Forgas, R. H. **Percepção. O processo básico de desenvolvimento cognitivo**, p. 1.

¹²⁰ Neisser, U. *Cognition and reality*, p. 2. Tradução nossa.

¹²¹ R. H. Day. op. cit. p. 99.

Assim, ele aponta para a fragmentação teórica relacionada à relevância de dados para a percepção. Dependendo da área do campo da Psicologia, haverá uma defesa pela maior participação de uns ou de outros dados no processo perceptivo.

Na tentativa de apontar para os principais enfoques psicológicos para a questão dos dados mais relevantes na percepção, afirma Day: “No estudo da percepção, a fenomenologia, o comportamento e a psicologia fisiológica são plataformas a partir das quais o ataque é lançado. Ao atacar um objetivo particular, as três plataformas poderão ser usadas”¹²². Mesmo considerando as diferenças nos pontos de vista, ele defende que um estudo particular poderá e deverá utilizar o conhecimento das diversas áreas no momento de investigação.

Pensando desta forma, enfatiza ele:

*“Qualquer teórico poderá decidir-se pela consideração das ilusões visuais em termos de fenômeno, e abordá-las a partir do ponto de vista dos processos fisiológicos no sistema sensorial. Um teórico da linha fenomenológica pode ser tão rigoroso em seus métodos de estudo, por exemplo, dos pós-efeitos espaciais, quanto o mais devoto comportamentalista.”*¹²³.

O que mais se destaca nessas afirmações e observações é a possibilidade do uso do conhecimento das diversas linhas no momento do tratamento de um objeto de estudo específico. Indo ao encontro da idéia de uma análise ampla do objeto e por que não de uma investigação mais interdisciplinar ou transdisciplinar, alvo desse estudo como um todo, decidiu-se pela busca de informações pertinentes ao objeto investigado nas mais diversas áreas de pesquisa sobre a percepção, sem uma preocupação exagerada a respeito das divergências existentes.

Entretanto, a não-preocupação exagerada com os pontos divergentes não implica uma falta total de discussão sobre isso. Com o intuito de melhor tratarmos a questão, é importante, por exemplo, uma discussão acerca de divergências pontuais sobre a percepção

¹²² Id. p. 101.

¹²³ Ibid. p. 101

entre áreas da psicologia. Especificamente, em relação aos dados mais relevantes no processo de percepção, vale dizer, como fez Day:

“A distinção entre fenomenologia” (Gestalt), “comportamentismo contemporâneo” (Behaviorismo) “e fisiologia” (Funcionalismo), “no estudo da percepção, é uma distinção em termos de dados a serem investigados. A distinção assenta-se na matéria ou substância da percepção, é uma distinção entre experiências, respostas e processos. Uma segunda distinção, entre pontos de vista, refere-se às origens da percepção – distinção que conta com um longo passado, mas cuja rigidez deixou de ter sentido nos dias atuais.”¹²⁴.

Pensando especificamente na distinção acima: pode-se afirmar que o “Gestaltismo Contemporâneo”, que consiste na teoria, fenomenológica, mais geral da percepção, dá pouca importância para a aprendizagem e com forte influência nas pesquisas experimentais; o Behaviorismo, além de valorizar extremamente o papel da aprendizagem, dá pouca importância para fatores físicos e fisiológicos da percepção; já o Funcionalismo enfoca a percepção a partir das funções de adaptação por ela desempenhadas, reafirmando assim a distinção a partir dos dados, como dito antes.

Concluindo sobre essa discussão, diz ele:

“confinar o estudo da percepção a uma ou duas dessas relações possíveis entre eventos físicos, orgânicos ou comportamentais seria um procedimento injustificadamente restritivo. As interações entre alguns dos eventos mencionados, ou entre todos eles, são relevantes para nossa compreensão do complexo denominado percepção.”¹²⁵

Portanto, no caso específico desse estudo, principalmente em função dos seus objetivos particulares e também devido ao que foi apresentado logo acima, mais interessante do que perceber que a percepção para a Gestalt é tida como um processo

¹²⁴ Ibid. p. 101

¹²⁵ Ibid. p. 108

relacionalmente determinado: “o que é percebido depende mais das relações entre os aspectos do estímulo do que dos próprios elementos individuais”, o que consiste numa desvalorização da aprendizagem, e que para o funcionalismo a percepção dá-se com uma forte influência do aprendizado, é perceber e entender os mecanismos de investigação e os resultados amplos dos estudos dessas áreas do conhecimento.

Assim, a idéia, por exemplo, não é discutir quanto a aprendizagem, ou qualquer outro fator da percepção, é importante, ou mais importante, para um ponto de vista tal do campo da psicologia, mas sim aceitar a participação e simplesmente a centralidade do aprendizado, como de outros fatores, no processo.

Bastante influenciado pelas idéias de Day, realizou-se uma busca por informações e pressupostos importantes para este estudo, independentemente das áreas da Psicologia e até mesmo da Neurociência ou da Semiótica em relação à percepção. O objetivo é construir uma sustentação teórica para a pesquisa, além de um método de investigação específico, sem preocupar-se muito com as divergências das áreas, mas sim absorvendo o que é mais relevante em cada ponto de vista.

Em função disso, serão apresentadas as diversas informações e discussões relevantes ao estudo, provenientes de diversas áreas e linhas de conhecimento.

Vale mencionar, como fez Penna que, segundo Charles Osgood, a percepção tem sido enfocada a partir de três perspectivas teóricas: Fisiológica, Gestaltista e Behaviorista (o que não diverge da perspectiva de Day, previamente mencionada). Diz ele: “assim, a atitude fisiológica ou neurológica preocupa-se, centralmente, com os processos neurocerebrais que ocorrem quando realizamos uma atividade perceptual”, a Gestaltista dá “ênfase às dimensões qualitativas dos processos pesquisados”, já em relação a Behaviorista, afirma que “...nesta área não tem contribuições relevantes, o que a define é, precisamente, a importância concedida à aprendizagem”¹²⁶. Em detrimento do enfoque pretendido nesse estudo, ocorre uma aproximação natural às discussões teóricas relacionadas à perspectiva Gestaltista, apesar disso, como já foi dito antes, não está descartada a aproximação e utilização de informações de teorias das outras perspectivas em momentos oportunos.

É crucial salientar que, seja do ponto de vista da Neurociência, da Psicologia ou da Semiótica, pode-se afirmar o seguinte: tudo que chega a nossa mente passa pelos nossos

¹²⁶ Penna, A. G. **Percepção e Realidade**, p. 27.

órgãos sensoriais. Assim, eles constituem os nossos ‘veículos’ de contato com o meio ambiente.

Entretanto, quanto à percepção propriamente dita, é imprescindível levar em consideração o fato de “75% da percepção humana, no estágio atual da evolução, ser visual”¹²⁷, ou seja, é pela visão que ocorre parte significativa da assimilação de fatores do ambiente pelo homem atual.

Assim, vale ressaltar e reafirmar que os órgãos sensoriais são os veículos da percepção: “janelas abertas para o exterior”¹²⁸ e a nossa memória o local de armazenagem do que foi percebido. No ato da percepção de conteúdos televisivos, bem como em outros contatos com o mundo exterior, é na memória que se buscam atributos ou dados para se tornar conscientes as informações contidas nos conteúdos, independentemente da significância dada à aprendizagem, pelas áreas diversas da Psicologia, no processo de percepção. E também que “entrando em cena a lembrança, já não se pode falar apenas de “percepção pura”... “a percepção concreta precisa valer-se do passado que de algum modo se conservou”¹²⁹.

É ainda imprescindível frisar que na percepção de conteúdos televisivos dois sistemas sensoriais são ativados: visual e sonoro. Dada a importância da visão na percepção humana no geral, podemos apontar também o sistema sensorial visual como o mais atuante nesse tipo de percepção. Em se tratando de um estudo direcionado a indivíduos específicos, e não a um âmbito familiar, verificou-se que a atenção dos pesquisados aos conteúdos apresentados foi intensificada, na medida que não existiam outros fatores potenciais em desviar a concentração, como outros membros da família ou outras atividades paralelas, por exemplo.

Neste estudo, em suma, o que se busca, numa das vertentes investigativas, é verificar o quanto o fato de os conteúdos transmitidos pela Educação Formal não terem sido armazenados na memória de alguns indivíduos interfere, ou não, na percepção de conteúdos televisivos, além de verificar todas as especificidades na percepção de conteúdos televisivos, em específico: Temática, Tema e *Merchandising* Social em telenovela.

¹²⁷ Santaella, L. A percepção: uma teoria semiótica, p. 11.

¹²⁸ Id. p.22.

¹²⁹ Bosì, E. op. cit. p. 9 e 10.

Vale mencionar que o ato perceptivo ocorre por meio da combinação de diversos fatores, tanto fisiológicos como ambientais e sociais. Dentre eles não se pode deixar de ressaltar a combinação de percepções sensoriais com as experiências vividas. Sobre essa questão discorre Walter Freeman:

“Quando vemos o rosto de um ator conhecido, ouvimos a voz de um amigo ou sentimos aroma de um prato apetitoso, o reconhecimento é instantâneo. Uma fração de segundo depois que os olhos, os ouvidos, o nariz, a língua, ou a cutis são estimulados, sabemos estar diante de um objeto conhecido e se ele representa perigo ou não... Sabemos como o córtex cerebral (a camada externa do cérebro) analisa inicialmente as mensagens sensoriais, mas apenas começamos a entrever de que maneira o cérebro se comporta após o puro e simples reconhecimento das características da mensagem (isto é, como combina as percepções sensoriais com a experiência vivida e com as expectativas para identificar tanto o estímulo como seu significado particular).”¹³⁰

É justamente nessa interseção entre a análise inicial perceptiva com a busca de significados na economia psíquica, já previamente formada, que está o maior foco das análises desta investigação. Interessa-nos, por excelência, avaliar e entender a real interferência das experiências vividas, no nosso caso, a participação ou não no processo educacional formal, nas percepções sensoriais específicas de conteúdos televisivos pré-selecionados.

Levando em conta que a percepção consiste na porta de entrada dos estímulos externos e do ambiente no ser humano e que a economia cognitiva do indivíduo é o fator decisivo para o entendimento e armazenamento dos estímulos, surge um questionamento: de que maneira se dá a percepção de estímulos emitidos pelos conteúdos televisivos, mais especificamente, Temáticas, Temas e *Merchandising Social*, perante indivíduos portadores de níveis educacionais mais baixos, com uma economia cognitiva diferenciada, em função do não contato com o conhecimento transmitido pela educação formal? Quais outros

¹³⁰ Freeman, W. **A fisiologia da percepção**, p. 31.

fatores mediadores da percepção de conteúdos televisivos sofrem a interferência dos níveis educacionais formais?

Será que é possível verificar diferenças na percepção em função dos diversos níveis educacionais? Como isso ocorre?

Conforme já apresentado antes, segundo Neisser, a “cognição é a atividade de conhecer: a aquisição, organização, e o uso de conhecimento”, e ainda que “soa óbvio o fato de precisamos obter conhecimento antes de usá-lo”, além do que “a própria percepção depende da habilidade e experiência do preceptor – do que ele conhece anteriormente”¹³¹ e, segundo Bosi, o passado, ou seja, o que está na memória, interfere na “percepção concreta”. Sendo assim, nota-se que a partir de pontos de vistas diferenciados, os dois autores afirmam a mesma coisa: percepção e conhecimentos adquiridos andam de mãos dadas. Desta forma, mais uma vez é imprescindível questionar a percepção de conteúdos televisivos por indivíduos com deficiências marcantes no processo educativo formal¹³². Qual a interferência desse fato na percepção de conteúdos de Temática, Tema e *Merchandising Social*? Vale salientar que é recorrente a afirmação de que a percepção é dependente da economia cognitiva de cada um¹³³.

Estudos coordenados por Walter Freeman, na Universidade de Berkley, apontam para participação de milhões de neurônios na transformação de mensagens sensoriais em percepções conscientes e que esse processo ocorre por meio de uma atividade cerebral bastante caótica, inclusive com a participação de ordens ocultas. Apesar disso, a combinação das percepções sensoriais com as experiências vividas, presentes na economia cognitiva dos indivíduos, possibilita ao cérebro identificar tanto o estímulo como seu significado particular¹³⁴. Esse grupo de pesquisadores afirma que o reconhecimento de pessoas, sons, aromas, bem como outros estímulos, dá-se de forma “rápida e precisa” em

¹³¹ Neisser, U. op. cit. p. 13. Tradução nossa.

¹³² Além dos diversos dados educacionais mencionados anteriormente, os quais tanto delinearam as deficiências educacionais, passadas e presentes, dos brasileiros, quanto devem ser tidos como parâmetros para se pensar acerca do analfabetismo funcional, podemos ainda acrescentar enquanto fatores contribuintes para esse cenário: precariedade do sistema público de ensino; elevada evasão escolar; grande incidência de repetência nas escolas públicas, principalmente; baixa qualificação de parte dos professores (“mais de 60% dos professores de 1º grau do país não têm faculdade”, “o país tem mais de 100 mil professores leigos” — cerca de 16% dos professores das regiões norte e nordeste são leigos — “Professores com 1º grau completo ou incompleto. Dados publicados no Correio Braziliense, 05/02/98).

¹³³ Sobre esse assunto ver, dentre outros: Penna, A. G. **Percepção e Realidade**; Weintraub, D. J. *Percepción*.

¹³⁴ A respeito dessa temática ver: Freeman, W. **A Fisiologia da Percepção**.

função de atividades “simultâneas e cooperativas” de milhões de neurônios e especialmente em decorrência do acúmulo de “experiências vividas” no cérebro, que podemos também nomear de economia cognitiva ou mesmo conhecimento, com certeza previamente adquiridos.

É sabido também que a percepção envolve tanto elementos cognitivos (percepto), que podem ser interpretados e tomados enquanto elementos de experimentos, quanto elementos do inconsciente que, na maioria das vezes, fogem do nosso controle¹³⁵. Em função disso, este estudo não estará preocupado com elementos inconscientes presentes no ato perceptivo, mas sim com o que pode ser interpretado e experimentado. Opção adotada, inclusive, por termos consciência da fragilidade, ou até mesmo incapacidade de levantamentos de fatores intrinsecamente relacionados ao inconsciente humano, até entre pesquisadores da área da psicologia e psicanálise.

Sabe-se ainda que “a memória humana pode ser dividida, de forma aproximada, em dois sistemas bastante heterogêneos. O primeiro contém todos os itens que estão em estado ativo. Há poucos itens nesse estado. O restante da capacidade da memória humana, que não está presente num estado ativo, é chamado de memória a longo prazo.”¹³⁶. Espera-se que, num momento de percepção de conteúdos televisivos, tanto pode ser acionada a memória ativa quanto a memória a longo prazo.

Apreciando especificamente a questão abordada, principalmente no tocante à percepção, uma constatação de Anton Ehrenzweig torna-se bastante pertinente: “William James, Sigmund Freud e, mais recentemente representantes da teoria gestaltista, cada qual a seu modo, observaram que nossa percepção de superfície tem uma tendência ativa à articulação. Tendemos, na maioria das vezes, a perceber as formas precisas, simples e compactas, eliminando ao mesmo tempo as formas indefinidas, incoerentes e inarticuladas”¹³⁷. Assim, pode-se esperar, ou mesmo afirmar, que os indivíduos com informações e maiores capacidades de raciocínio lógico adquiridos na educação formal têm mais facilidade em perceber diversos conteúdos televisivos, em função do prévio conhecimento do assunto, em primeira instância e, também, devido à capacidade de

¹³⁵ Sobre esse assunto ver o resumo da teoria pierciana da percepção contida na obra de Santaella, L. **A Percepção: uma teoria semiótica**.

¹³⁶ Posner, M. **Cognição**, p. 13.

¹³⁷ Ehrenzweig, A. **Psicanálise da Percepção Artística**, p. 41.

articulação das informações. É de se esperar, outrossim, por exemplo, que conteúdos mais complexos se apresentaram aos portadores de níveis educacionais mais baixos como indefinidos e incoerentes, ou seja, não são adequadamente entendidos, ou mesmo percebidos. Em se tratando apenas de recepção de conteúdos, em estudo anterior, Souza verificou que indivíduos com pouca escolaridade tendem a buscar significados para conteúdos mais complexos nas suas realidades cotidianas, mesmo sem entenderem de forma adequada as informações contidas nos conteúdos.

Continuando nas discussões a respeito da percepção e, agora, voltando a atenção para a Psicologia Social em específico, Penna remete a Bruner e Postman, da corrente *New Look in perception* para afirmar que “todo ato perceptivo é, em certo grau, um empreendimento social, na medida em que se cumpre através de esquemas e modelos culturalmente aprovados e pressionadamente sugeridos. Tendemos a perceber, então de acordo com os padrões convencionais e em função das expectativas dominantes nos quadros da comunidade cultural.”¹³⁸. Em decorrência disso, as especificidades socioeconômicas da sociedade brasileira, como por exemplo, escolaridade da população, pobreza, dependência, multiculturalismo e acesso à informação, devem ser consideradas, no momento de qualquer investigação científica, a respeito dessa sociedade. Este estudo leva em conta isso.

Mesmo assim, devemos também ponderar que os padrões lingüísticos e as unidades lexicais, estabelecidos, transformados e transmitidos socialmente, apesar da interiorização e assimilação individual, interferem impreterivelmente nos nossos processos perceptivos, ou seja, determinam tudo que de fato percebemos do ambiente que nos envolve¹³⁹. Desta maneira, “observamos, então, de preferência, aquilo para o qual dispomos de símbolos verbais e aquilo para o qual estamos mais disponíveis em função da estrutura sintática de que nos utilizamos”, e previamente interiorizamos. Portanto, mais uma vez, percebe-se a importância da aquisição de conhecimentos específicos pela educação formal, inclusive e principalmente os ligados ao domínio do idioma e da linguagem, para uma percepção adequada de diversas informações; algo, por fim, que se apresenta com elevada carga de

¹³⁸ Penna, A. G. op. cit. p. 41.

¹³⁹ Sobre esse assunto, ver, dentre outros: Penna, A. **Percepção e Realidade**.

participação da economia psíquica individual, com dependência marcante da interação do indivíduo com processos de aprendizagem particulares.

O resultado de uma pesquisa realizada pela neuropsicóloga Lúcia Willadino Braga, da rede Sarah de Hospitais, aponta que analfabetos e alfabetizados usam partes diferentes do cérebro. A pesquisadora constatou na sua investigação, durante a aplicação de testes em 30 pessoas com nível superior e 19 analfabetas, que o cérebro das pessoas que frequentaram cursos universitários, em diversas áreas do conhecimento, usaram caminhos diferentes daqueles dos cérebros dos analfabetos para darem respostas aos testes. As pessoas alfabetizadas usam apenas o lado esquerdo do cérebro, parte responsável pela abstração e associação de números, nos testes de julgamento de questões e nos cálculos; essas pessoas não precisam visualizar objetos para desenvolver raciocínio. Já os analfabetos necessitam usar os dois lados do cérebro, na medida em que eles têm a precisão de visualizar objetos para desenvolver cálculos e o lado direito do cérebro é responsável pela visão (a pesquisadora resalta também que os analfabetos não conseguiram responder aos cálculos quando estavam com os olhos fechados dentro do aparelho de ressonância.)¹⁴⁰.

Essas afirmações da neuropsicóloga da rede Sarah, que é parte de estudos da Neurociência, apontam para a interferência do nível educacional no funcionamento do cérebro; o que nos leva a supor que os níveis educacionais devem intervir em outros procedimentos mentais que exijam o funcionamento do cérebro, como é o caso da recepção e percepção de *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social*.

Na pesquisa agora desenvolvida, de levantamento das lembranças, recepção e percepção de conteúdo televisivo não será demonstrado, mesmo por falta de recursos possíveis, inclusive em decorrência da formação do pesquisador, se os cérebros de pessoas de níveis educacionais diferentes funcionam de forma diferente quando recebem esses conteúdos, no entanto, verificará as atitudes e ‘respostas’ dos entrevistados com níveis educacionais diferentes perante conteúdos de *Temática*, *Tema* e *Merchandising Social*, bem como a capacidade dos pesquisados em entender, perceber e reativar, quando necessário, os conteúdos ou os seus fragmentos.

¹⁴⁰ Fontes: Reportagem transmitida pelo Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão do dia 08/08/00; Jornal Correio Braziliense de 17/09/00; Assessoria de Imprensa da rede Sarah.

Vale dizer, entretanto, em termos de inquietação que, provavelmente, se essa pesquisa de recepção e percepção fosse aplicada utilizando os mesmos aparelhos e procedimentos utilizados na investigação da rede Sarah — fato que poderá ocorrer a partir de uma nova investigação mais ampla e transdisciplinar —, os resultados continuariam apontando que os analfabetos usam partes diferentes dos cérebros.

Pensando especificamente num método adequado para analisar a percepção de Temática, Tema e *Merchandising* Social, sob a influência do que já foi apresentado e discutido, é importante frisar inicialmente que se trata de um estudo de percepção numa fase evoluída e complexa. Não se versa a respeito de um teste simplificado de percepção de uma cor ou um movimento, por exemplo.

Devemos nos ater ao fato da existência de duas formas principais de obtenção de informações sobre os processos perceptivos: por meio dos testes de laboratório e dos testes no ambiente natural.

Traçando análises a respeito desse assunto, na obra **Percepção e Experiência**, M. D. Vernon diz: “Em minha opinião, algumas das mais interessantes e importantes observações dos fenômenos perceptivos, e do comportamento que responde a eles, foram os obtidos em ambientes naturais ou seminaturais.”¹⁴¹. Apesar dessa afirmação, ele apresenta, entretanto, um fator complicador, mas não inviabilizador, desse tipo de estudo: “Evidentemente, é difícil realizar pesquisas em tais situações, pois dão grande número de informações redundantes, e é difícil isolar e controlar os fatores que aí interferem.”¹⁴². O mesmo pesquisador afirma também:

“A situação experimental é quase inevitavelmente empobrecida, e o observador é obrigado a empregar seus processos perceptivos de maneira pouco usual, a fim de obter informação de indicações parciais e tentar inferir, a partir delas, a natureza do acontecimento global. No ambiente natural, a

¹⁴¹ Vernon, M. D. **Percepção e experiência**, p. 4.

¹⁴² Id. p. 4.

redundância de informação permite que utilize os aspectos que percebe espontânea e facilmente.”¹⁴³.

Em se tratando de um estudo de percepção de conteúdos complexos, em que o ambiente da percepção é fator importante no ato perceptivo e parte do cotidiano dos pesquisados nas suas relações e vivências com a televisão, a opção pela aplicação de testes no ambiente natural tornou-se algo mais automaticamente pertinente; sendo a redundância de informação algo comum do ambiente perceptivo de televisão. Em função disso, como salientou Vernon, um controle mais rigoroso das interferências do ambiente nos testes deverá ser realizado. Sobre isso, ainda diz ele: “precisamos conhecer muito melhor os aspectos do ambiente natural que são selecionados na percepção, como os perceptos de tais aspectos são integrados e quais as inferências e ações a que conduzem”¹⁴⁴.

Assim, a opção foi pela aplicação de testes de percepção de conteúdo de Temáticas, Temas e *Merchandising* Social nos ambientes naturais da percepção, o que significa, nesta investigação, a aplicação dos testes nas residências dos entrevistados, buscando uma representação adequada às práticas cotidianas do ato de assistir à telenovela.

Vale ressaltar, entretanto, que o termo ‘teste’ empregado neste estudo não tem a mesma conotação do uso do termo para designar os testes psicológicos, que idealmente visam estabelecer padrões exatos e fechados de comportamentos, aptidões e afetividades. Para Urbina, “o teste psicológico é um procedimento sistemático para a obtenção de uma amostra de comportamento relevante para o funcionamento cognitivo ou afetivo e para a avaliação destas amostras de acordo com certos padrões”¹⁴⁵, isto é, exige grande uniformidade nos procedimentos e padronização fortemente estabelecida para avaliação dos resultados. Essa autora salienta o fato de que: “milhares de instrumentos podem ser chamados corretamente de testes psicológicos, mas muitos usurpam essa denominação, seja explícita ou sugestivamente”¹⁴⁶. Assim, o estudo ou teste de percepção pretendido, até mesmo para não contrariar a autora acima, tem o propósito de investigar a percepção dos

¹⁴³ Ibid. p. 273.

¹⁴⁴ Ibid. p. 274.

¹⁴⁵ Urbina, S. **Fundamentos da testagem psicológica**, p. 11/ 12.

¹⁴⁶ Id. p. 11.

conteúdos com abordagens sociais, sem uma conotação de testagem psicológica, mas com o intuito de avaliar e observar a postura, a reação e a ‘capacidade’ dos pesquisados ao perceber as tais abordagens. Ainda segundo afirmação de Urbina, “os testes psicológicos existem para nos ajudar a fazer inferências a respeito de pessoas e o seu comportamento”, o que se distancia dos propósitos do nosso ‘teste’/ observação de percepção.

Apesar dessa ressalva e, com as adaptações necessárias, alguns argumentos apresentados sobre a testagem psicológica são importantes para esse estudo de percepção, vislumbrando a construção e lapidação do teste específico para a averiguação das reações dos pesquisados perante o contato com os conteúdos particulares, a saber:

Em acordo com Urbina, existem basicamente duas distinções de itens de testes psicológicos, e dizem respeito ao tipo de resposta que eles requerem, apesar da imensa variedade deles: itens de resposta selecionada, de natureza fechada, objetivos, de respostas fixas e itens de resposta construída, abertos, de respostas livres.

Segundo ela, “os testes criados para avaliar habilidades (...) usam um ou ambos os tipos de itens, dependendo da natureza das amostras e dos objetivos”¹⁴⁷ e ressalta: “os itens de resposta construída fornecem amostras mais ricas do comportamento dos examinados e permitem a observação de suas características singulares”¹⁴⁸.

Desta forma, mesmo sem adotar a padronização e a uniformização dos testes psicológicos, o estudo de percepção a ser realizado optou pelo tipo de ‘resposta construída’, ou seja, os entrevistados terão a liberdade de construir as suas respostas, devido especialmente à proposta do estudo que consiste na observação e avaliação dos fenômenos perceptivos já especificados.

Vale dizer também que a análise das respostas dos entrevistados não vai requerer técnicas de análise avançadas, padronizadas, nem interpretações psicológicas aguçadas; portanto, não será uma análise meramente quantitativa, mas uma análise essencialmente qualitativa. Será a partir da análise do discurso verbalizado pelos participantes que se analisará a percepção dos conteúdos. Desta forma, toda e qualquer manifestação não verbalizada será solicitada devida explicação.

¹⁴⁷ Ibid. p. 217.

¹⁴⁸ Ibid. p. 222.

Por último, sobre o assunto de testagem, resta mencionar que a ‘validade’ (determinada pela uniformidade nos procedimentos e a padronização para avaliação dos resultados), que para a autora supracitada é a questão “mais fundamental” dos testes, não assume neste estudo tal importância, na medida em que os ‘testes’ não servirão para medir e determinar a personalidade/ comportamento/ afetividade dos entrevistados, mas apenas para avaliar e observar as características da percepção dos conteúdos pelos pesquisados, principalmente por meio de suas verbalizações.

No tocante à metodologia propriamente dita dessa investigação, a qual englobará o teste de percepção, levando em consideração as discussões até então delineadas, vale salientar, como já mencionado antes, que se trata de um estudo multidisciplinar, ou mesmo transdisciplinar, quando serão aplicados os métodos quantitativo e qualitativo, por meio de uma estratégia ampla com diversos procedimentos, a serem detalhados no capítulo destinado aos procedimentos metodológicos.

Já pensando especificamente nos detalhes da etapa do estudo destinada a averiguar a percepção de Temática, Tema e *Merchandising* Social, merece adiantar que se trata de um levantamento, além de observação direta, de aspectos qualificáveis do processo perceptível de conteúdos televisivos previamente, e de forma controlada, apresentados aos indivíduos participantes da pesquisa.

No próximo subitem estabeleceremos aproximações e demonstraremos os devidos distanciamentos entre os principais enfoques da pesquisa, memória, recepção e percepção, além de constituirmos e discutirmos as conexões desses enfoques específicos com a área da Comunicação Social, do lugar onde se origina esse estudo. Trata-se de um esforço incipiente para a inclusão de uma perspectiva crucial para os debates da Psicologia no campo da pesquisa comunicacional, na tentativa de promoção da tão sonhada, e pouco praticada, transdisciplinaridade.

3.8 COMUNICAÇÃO, MEMÓRIA, RECEPÇÃO E PERCEPÇÃO: RELAÇÕES E DISTANCIAMENTOS

Um dos maiores desafios deste estudo consistiu em estabelecer conexões e diálogos entre os diversos assuntos tratados, inclusive pertencentes às mais distintas áreas do conhecimento, contudo, não seria muito diferente em nenhum outro trabalho científico que ‘realmente’ constitui a multidisciplinaridade como base de investigação.

Assim, houve uma constante busca para manter um único objeto de pesquisa com uma variação nos seus enfoques, sem nunca perder a noção do todo, que diz respeito à análise da lembrança, recepção e percepção de conteúdos televisivos específicos a partir da mediação, ou não, dos níveis educacionais formais. Após a decisão do estabelecimento dessa ‘espinha dorsal’ para a pesquisa, foram delineadas as mais diversas conexões, bem como diálogos, entre os vários arcabouços teóricos.

Em primeiro lugar não se deve deixar de entender que se trata de uma investigação de Comunicação, realizado numa Escola de Comunicação, mesmo considerando a tendência multidisciplinar dos estudos desenvolvidos nessa área na América Latina. Dessa maneira, necessariamente, o objeto de pesquisa tem que se aproximar de diálogos realizados no campo da Comunicação Social.

Em função disso, o caráter de análise da área da Comunicação deve permanecer no decorrer das discussões teóricas e metodológicas em função do próprio objeto de estudo, além da permanência de um esforço constante por elaboração de enunciações que incluam produções teóricas e metodológicas desse campo.

O fato do alinhamento desta investigação com os estudos de recepção, mesmo com ressalvas e proposição de avanços, já indica, para início de conversa, uma aproximação à área da Comunicação, sem falar diretamente da origem dos conteúdos em enfoque: televisão, telenovela, ‘*Merchandising Social*’, todos pertencentes à Comunicação Social brasileira. Algumas outras análises teóricas da área da Comunicação incorporadas pela pesquisa também garantem uma aproximação inevitável.

A opção em analisar na primeira etapa da pesquisa a memória e as lembranças dos conteúdos da telenovela “Páginas da Vida”, além de expandir as discussões dos estudos de recepção, estabelece um *link* direto com a questão da percepção, quando a memória é crucial para o seu exercício, e proporciona discussão com o enfoque relacionado aos processos educativos brasileiros, que têm promovido *gaps* educacionais, largos e profundos, entre a nossa população. Sabe-se que nas sociedades ocidentais modernas, incluindo a brasileira, a educação formal, apesar da presença e interferência de diversos outros fatores, meios e interfaces sociais, inclusive e primordialmente os veículos de comunicação social, participa decisivamente da formação, bem como das alterações, da economia psíquica dos indivíduos, sendo crucial, portanto, na própria atuação sócio-profissional das pessoas.

Em termos mais práticos e utilitários, o levantamento das lembranças dos entrevistados relacionadas aos conteúdos da telenovela “Páginas da Vida”, bem como a averiguação do conhecimento deles a respeito dos assuntos a serem tratados nas etapas empíricas posteriores da pesquisa, serviram de base ou suporte para a mensuração da percepção das abordagens sociais, levando em conta que o conhecimento prévio dos participantes sobre os assuntos deveria ser considerado e balizado.

A análise da percepção das Temáticas, Temas e *Merchandising* Social pelos entrevistados aponta, de imediato, para um desejo de aprofundamento nas táticas de investigação dos estudos de recepção, que tendem a permanecer no patamar dos enfoques etnográficos, com análises mais descritivas que analíticas e críticas. Deve-se ponderar também que os estudos de recepção, por meio da utilização do conceito de mediação, tem visado observar “o lugar”, bem como as diversas características desse, com especial atenção para a ‘cultura local/ regional’, onde ocorre a recepção de conteúdos dos *media*, permanecendo assim na esfera do ‘social’; enfoque que sofrerá bastante alteração com a temática da percepção, com perspectiva mais individual — sabe-se que a percepção concretiza-se no indivíduo —, sem deixar de ponderar todo o caráter social e coletivo disso, e principalmente, com a consideração da história da educação no Brasil, que delineou as disparidades nos níveis educacionais formais, as quais se refletem e refratam nas individualidades dos brasileiros e é tida como a principal variável de cruzamento desse estudo.

Vale dizer, também, que o fato de um estudo de percepção privilegiar os enfoques nos indivíduos, dimensionando especialmente as suas subjetividades, estabelece uma forte conexão com os estudos de recepção latino-americanos, na medida em que estes, desde seus primórdios e inclusive por meio de manifestos explícitos, defendem a ponderação tanto das particularidades das culturas latinas das Américas como o poder dos receptores (ativos), o que se expressa, de fato e, por fim, nos sujeitos, ou seja, nos indivíduos, que vivem em sociedade e dependem dela nos mais diversos aspectos, como já é sabido e defendido pelas Ciências Sociais há algum tempo.

Por meio da introdução desse novo enfoque investigativo na área da comunicação social, o da percepção, concretiza-se uma possibilidade ímpar de averiguação da postura, do comportamento, da atitude, da compreensão e da assimilação de conteúdos midiáticos por indivíduos, com singularidades próprias diversas além, claro, das interferências sociais de costume nos contatos com os *media*. Esse tipo de enfoque que surge, amplia decisivamente as formas de observação e investigação dos fenômenos ligados às experiências comunicativas da sociedade plural contemporânea.

Desta forma, não se pode negar a mediação de aspectos culturais específicos da América Latina na recepção de conteúdos televisivos, nem as peculiaridades sociais dos atos comunicativos dessa região, como salienta adequadamente Martín-Barbero. Entretanto, não se deve por outro lado esvaziar totalmente a crítica nas análises desses processos comunicacionais, da forma que tem transparecido nos estudos latino-americanos de recepção. Vale frisar que nem a valorização da cultura popular, ou do ‘povo’, nem a própria mediação dos aspectos culturais particulares, ocorrem com o apoio e o aval da cultura hegemônica, bastante influenciada e dependente de padrões capitalistas globalizantes, que geralmente não incluem, ou mesmo consideram, o local e o regional. Existem sim muitas tentativas e esforços de manutenção e reestruturação de manifestações culturais populares na América Latina, como o caso dos afrodescendentes no Brasil, no entanto, isso acontece em clima de disputa e luta por espaço e visibilidade perante os padrões culturais já estabelecidos e cultuados.

Uma análise mais atenta dos conteúdos escolares ainda hoje estabelecidos no Brasil, mesmo sem levar em conta os conteúdos programáticos de décadas anteriores, seria bastante reveladora no tocante à pouca valorização das culturas populares. O ‘povo’ é

desvalorizado inclusive por meio do tipo de escola e ensino que lhes são destinados: precariedades nos espaços físicos e nas metodologias de ensino, além de possibilidades de aprovação sem aquisição de conhecimentos esperados e indicados pelo próprio órgão governamental¹⁴⁹. Outra forma muito fácil de perceber essa desvalorização consiste na análise das programações televisivas no geral, de praticamente toda a América Latina, as quais são demasiadamente dependentes de padrões pop/ rock/ popularesco/ show/ reality show/ grotesco/ espetaculares/ ‘modernescos’/ sensacionalistas.

¹⁴⁹ Estudo realizado pelo Ministério da Educação e publicado no jornal *Estado de São Paulo* de 23/03/2008, aponta que cerca de 40% dos alunos brasileiros que terminam a 4ª série do ensino fundamental detêm apenas o conhecimento necessário para aprovação na 1ª série.

4. HIPÓTESES

A principal hipótese da pesquisa *Temática, Tema e Merchandising Social* em telenovela: memória, recepção e percepção consiste na afirmativa de que tanto a recepção¹⁵⁰ quanto a percepção, além das lembranças, de *Temática, Tema e Merchandising Social* sofrem, além de outras, a mediação dos níveis educacionais formais.

Distintos fatores mediadores da recepção e percepção não se manifestarão de forma tão acentuada quanto os níveis educacionais adquiridos formalmente.

Incide também em hipótese do estudo esta outra afirmação: indivíduos portadores de níveis educacionais formais menos elevados, com uma economia cognitiva diferenciada, em função do não-contato com o conhecimento transmitido pela educação formal, recebem e percebem os conteúdos de *Temática, Tema e Merchandising Social* de maneira particular. Esses telespectadores geralmente sentem dificuldade em receber e perceber boa parte das inserções sociais, principalmente quando se trata de abordagens mais complexas.

É ainda hipótese da pesquisa: *Temática, Tema e Merchandising Social* com teor de dificuldade mais elevado, em decorrência de assuntos complexos neles tratados, não serão lembrados, lidos e percebidos adequadamente, com a mesma significação proposta pelo emissor, por indivíduos com níveis educacionais formais menores (principalmente entre os que estudaram até a 4ª série do Ensino Fundamental).

Outra hipótese consiste na suposição de que o receptor realmente distingue a parte da *Temática, Tema e Merchandising Social* da telenovela do resto do texto mais melodramático. Os conteúdos com abordagens sociais são vistos como algo mais sério e não ficcional, algo a ser encarado como orientação para a vida e não como simples melodrama.

¹⁵⁰ Hipótese já comprovada por Souza na pesquisa: *Televisão e Educação Formal: um estudo de recepção*, buscando-se no atual estudo de doutoramento sua reafirmação, na medida que na investigação anterior não se analisou somente abordagens sociais em telenovelas, mas sim os principais conteúdos televisivos.

Por fim, temos também como hipótese: indivíduos com níveis educacionais mais elementares, além de terem dificuldades em lembrar e armazenar as informações com Temática, Tema e *Merchandising* Social mais complexos, em função principalmente da deficiência educacional formal, reagem ao confronto com os conteúdos, buscando significados para esses, próximos dos seus ambientes cotidianos, ou seja, nas suas economias cognitivas, com lacunas advindas da escolaridade precária e insatisfatória.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Dimensionando as dinâmicas e complexidades das sociedades humanas, Edgar Morin atenta para o fato de que “a ciência é igualmente complexa porque é inseparável de seu contexto histórico e social (...) Assim, a ciência é, intrínseca, histórica, sociológica e eticamente, complexa”¹⁵¹. Levando em consideração essas afirmações, tanto o objeto científico dessa investigação como os procedimentos metodológicos foram construídos e delineados.

Segundo A. L. Cervo, “em seu sentido mais geral, o método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um fim dado ou um resultado desejado.”¹⁵²; e ainda segundo ele, “O método não se inventa, depende do objeto de pesquisa”¹⁵³.

Já de acordo com Boudon¹⁵⁴, as pesquisas sociológicas historicamente estiveram centradas ou “na análise das mudanças sociais” ou “na análise dos sistemas sociais”.

Boudon aponta para a existência de dois métodos utilizados nas pesquisas focadas na análise das mudanças sociais: qualitativo e quantitativo. Segundo ele, uma diferença fundamental entre o método qualitativo e o quantitativo é que, aquele é geralmente aplicado para alcançar mais profundidade na análise de um determinado objeto, por meio de uma maior intensidade de observação, já este tem sido geralmente aplicado com o intuito de levantar dados mais gerais e com um poder de atingir maiores extensões amostrais ou mesmo uma definida totalidade.

¹⁵¹ Morin, E. **Ciência com Consciência**, p. 22.

¹⁵² A. L. Cervo e P. A. Bervian. **Metodologia científica**, p. 20.

¹⁵³ Id. p. 20.

¹⁵⁴ Boudon, R. **Métodos quantitativos em sociologia**.

É importante mencionar que, apesar de Boudon apontar a existência de métodos específicos, ele afirma o seguinte: “enquanto os métodos quantitativos podem ser analisados em um certo número de operações cuja natureza lógica é bem definida”¹⁵⁵, o mesmo nem sempre acontece com os métodos qualitativos, quando as operações e procedimentos, muitas vezes, não obedecem a uma lógica bem definida e exata, ou seja, nem sempre “obedecem a regras lógicas estritas e claramente definidas”¹⁵⁶.

Outros teóricos mais contemporâneos vão ao encontro dessa afirmação de Boudon, e apontam também, como mencionado antes, que o método de uma determinada pesquisa, principalmente as voltadas a temáticas sociais, consiste em todo o percurso necessário para a sua aplicação¹⁵⁷.

Tomando como princípio a afirmativa de que o método é o percurso necessário para a investigação científica e, apesar disso, adotando conhecimento já produzido, principalmente sociológico, sobre os métodos quantitativo e qualitativo, além de defender, assim como Lopes, a importância de “estratégias metodológicas” para investigações mais eficientes, foram definidos os procedimentos metodológicos particulares deste estudo. Desta maneira, concretiza-se aqui uma fuga do empiricismo, denunciado por muitos, e uma “procura de alternativas metodológicas”, em acordo com Thiollent; não somente em termos do uso de instrumentos específicos de investigação: “questionários e entrevistas”¹⁵⁸, mas sim por meio da construção de “estratégias metodológicas”, mais amplas e abrangentes.

Apesar da decisão por uso de métodos mais sociológicos no estudo, foi necessária a utilização de conhecimento relacionado aos métodos de pesquisa da psicologia, na última fase da coleta de dados, em função da sua própria peculiaridade: teste e observação de percepção.

¹⁵⁵ Id. p. 93.

¹⁵⁶ Ibid. p. 94.

¹⁵⁷ Ver, dentre outros: A. L. Cervo e P. A. Bervian. **Metodologia científica**; Laville, C. e Dionne, J. **A construção do saber**; Lopes, M. I. V. de. **Pesquisa em Comunicação** (p.94).

¹⁵⁸ Sobre esse assunto, ver: Thiollent, M. **Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquête Operária**.

Vale afirmar que o Modelo Metodológico produzido por Lopes, bem como as demais instruções contidas em sua obra¹⁵⁹, tanto serviram para orientar a elaboração do projeto de pesquisa deste estudo, como serviu de orientação para todo o seu percurso.

O primeiro procedimento, ou parte mais quantitativa do estudo, consistiu na aplicação domiciliar de 100 formulários¹⁶⁰ (entre as quotas de indivíduos com os níveis educacionais estabelecidos para o estudo¹⁶¹, tendo todos acompanhado a telenovela, “Páginas da Vida” – sendo esse um dos filtros da pesquisa), em bairros da cidade de São Paulo (uns com a maioria das pessoas pertencentes a camadas populares, com rendas menores e portadoras de níveis educacionais elementares, e outros com membros de classe média e média-alta, com poder aquisitivo mais elevado, e, conseqüentemente, níveis educacionais mais altos). Nesses formulários, foram levantados os perfis socioeconômico-culturais dos entrevistados, as peculiaridades dos processos educacionais desses indivíduos, informações relativas aos hábitos de consumo da programação televisiva, o tempo de moradia no endereço, se existe a possibilidade de mudança de endereço nos três meses seguintes à data da aplicação do formulário, hábitos e costumes perante o ato de assistir televisão, conhecimento a respeito dos conteúdos a serem apresentados, disponibilidade para participar da pesquisa.

No final do primeiro procedimento, já teremos uma parte qualitativa, quando após a aplicação dos formulários, foram levantadas as lembranças das Temáticas, Temas e *Merchandising* Social apresentados na telenovela global “Páginas da Vida”. Essa parte do estudo foi gravada em fitas cassete.

Já no segundo procedimento do trabalho, entramos definitivamente na parte qualitativa. Nesse momento, após a análise dos dados coletados no primeiro procedimento e a escolha dos 25 entrevistados mais adequados¹⁶² ao estudo, ocorreu a aplicação das

¹⁵⁹ Lopes, M. I. V. **Metodologia de Pesquisa em Comunicação.**

¹⁶⁰ Modelo anexado no final da tese.

¹⁶¹ Nível 1 - Sem instrução ou menos de 1 ano de estudo formal.

Nível 2 - Cursou de 1 a 4 anos de estudo formal (*Primário antigo e atual 1º ciclo do fundamental*).

Nível 3 - Cursou de 5 a 8 anos de estudo formal (*1º Grau antigo e atual 2º ciclo do fundamental*).

Nível 4 - Cursou de 9 a 11 anos de estudo formal (*2º Grau antigo e atual ensino médio*).

Nível 5 - Cursou 12 ou mais anos de estudo formal (*3º grau ou superior, e pós-graduação*).

¹⁶² Entrevistados que não demonstraram características consideradas desviantes do padrão dos demais participantes como, por exemplo: membros da família com Síndrome de Down ou com problemas de alcoolismo; processo educacional com fortes traços de autodidatismo, principalmente entre os entrevistados

entrevistas não-diretivas¹⁶³, por meio de um formulário¹⁶⁴ com questões abertas, para avaliar e observar a recepção dos conteúdos televisivos (previamente selecionados e editados, em função das necessidades da pesquisa). Nesse momento, também gravado em fitas cassete, foi avaliada a recepção dos conteúdos televisivos por indivíduos com níveis educacionais diferentes, para um entendimento dos diversos fatores mediadores atuantes no processo receptivo. Coube ao pesquisador, além de tomar nota das diversas respostas dos entrevistados, ficar atento e anotar todas as principais manifestações verbais ou gestuais, relevantes para o estudo, durante a apresentação dos conteúdos, assumindo assim a observação direta um papel importante no estudo.

No terceiro procedimento (gravado em fita cassete, como no procedimento anterior), foi aplicado o teste e a observação de percepção por meio de materiais e formulários¹⁶⁵ adequados ao estudo, a partir de uma semana da aplicação da entrevista do segundo procedimento. Nesse ponto, um dos mais sofisticados do estudo, testamos o que foi percebido e assimilado pelo entrevistado, dos conteúdos televisivos emitidos anteriormente, sem deixar de lado os detalhes de como ocorreram esses atos perceptivos.

A apresentação das imagens previamente editadas, gravadas e com todas as implicações que esse fato traz, inclusive por representarem um conteúdo exterior ao ‘lugar’ da recepção da Telenovela, serviu, de certa forma, num primeiro momento, para um ‘revivamento’ na memória dos telespectadores das cenas da telenovela, já vistas anteriormente, para, num segundo instante, ser observada e analisada a recepção, imediata, e a percepção dos fragmentos apresentados. Por último, foi averiguado o armazenamento ou não, bem como as apropriações, ou não, das informações então re-apresentadas.

Com o intuito de definir a parte da coleta de dados do teste e da observação de percepção, vale clarear, como fez Antônio Penna, que “segundo James J. Gibson, três têm

com níveis educacionais mais baixos; pessoas atuantes em setores que estabeleçam contatos diretos com as temáticas apresentadas nas abordagens sociais.

¹⁶³ Em acordo com Thiollent, a aplicação de entrevista não-diretiva, em função de exigir mais capacitação do ‘pesquisador’ (capaz de aplicar estudos mais exploratórios, devido ao domínio de um aparato conceitual e intelectual que possibilita uma relação mais interativa e dialógica com o entrevistado), ao contrário do simples processo de treinamento de entrevistadores (que “são apenas executores passivos das instruções dos questionários e descarregados de toda iniciativa ou esforço intelectual”, p.79), possibilita um aprofundamento qualitativo na investigação, podendo ocorrer uma fuga da padronização das entrevistas diretas. Sobre esse assunto ver: *Crítica Metodológica, Investigação Social e Enquête Operária* de Michel Thiollent.

¹⁶⁴ Modelo anexado no final da tese.

¹⁶⁵ Modelo anexado no final da tese.

sido os métodos de pesquisa utilizados no estudo de percepção: o método da observação, especialmente sob a forma introspectiva; o método experimental, representado pelas técnicas psicofísicas e o método de reprodução ou de comparação”¹⁶⁶, do método clínico de Freud. Nesse sentido, tanto o conhecimento relacionado ao ‘método da observação’ quanto o relacionado ao ‘método experimental’ foram imprescindíveis para esse estudo. É necessário salientar que essa fase da pesquisa consiste na parte qualitativa final do estudo.

Nesse caso específico do teste de percepção, quando os participantes, num determinado momento, tiveram a possibilidade de manifestarem-se livremente numa folha de papel em branco, para todo e qualquer desenho ou traço não alfanumérico delineado foi solicitada uma explicação oral do significado das tais manifestações, com o intuito de minimizar as variações de interpretações que possam ser emitidas a partir da análise dos desenhos ou traços.

Em função do que já foi apresentado, vale reafirmar que o universo da pesquisa consistiu inicialmente num determinado número de indivíduos (100), que assistiram à Telenovela (filtro da pesquisa) e com os níveis educacionais estabelecidos como parte do objeto de estudo. Já na seqüência, foi reduzido aos 25 indivíduos escolhidos para a parte exclusivamente qualitativa da pesquisa, em função da melhor adequação às necessidades da investigação.

Desta forma, o estudo não pôde sofrer grandes generalizações, entretanto, a sua relevância advém tanto em função da metodologia de pesquisa adotada quanto da abrangência social da temática discutida e testada.

PROCEDIMENTOS DIVERSOS:

DESCRIÇÃO DOS DADOS

Os dados coletados na etapa quantitativa da pesquisa foram tabulados por meio do uso do *software* estatístico SPSS – *Statistical Package for Social Sciences*. Esses dados serão demonstrados em tabelas e gráficos descritivos, além de tabelas com os diversos

¹⁶⁶ Penna, A. G. op. cit. p. 25.

cruzamentos determinados como pertinentes, em capítulo a seguir. Vale informar que muitos dados sofreram análises, inclusive no momento da apresentação descritiva, respeitando as necessidades particulares percebidas pelo pesquisador.

Já os dados levantados nas fases qualitativas do estudo foram primeiramente lidos e analisados para, na seqüência, serem categorizados e tabulados (com o auxílio do *software* SPSS) e, por fim, interpretados. A exposição desses dados tanto ocorreu por meio de tabelas/ representações como por meio de análises críticas.

Como anteriormente mencionado, tanto os dados da primeira coleta, quantitativos, como os da segunda, qualitativos, foram, quando possível, descritos e apresentados no texto final do estudo. Em se tratando especificamente dos dados qualitativos, quando necessário, foram retirados trechos das respostas dadas pelos pesquisados para suportar análises e interpretações.

Vale deixar claro, como salienta Lopes, a importância da “integração metodológica” entre a fase de coleta de dados e observação com a da descrição e interpretação dos dados. Diz a pesquisadora: “é a necessidade de integração, diríamos orgânica, entre a observação, por um lado, e a descrição e a interpretação, por outro, que exige do pesquisador o equacionamento de uma **estratégia da pesquisa** (...) É importante então (...) antes de ‘ir a campo’ fazer a crítica epistemológica da observação”¹⁶⁷. Assim, antes da coleta de dados e observação, será necessário um planejamento detalhado do tipo de dados a serem coletados, bem como os procedimentos da coleta e, ainda, pensar como os dados serão analisados sob a luz do quadro teórico de referência da pesquisa.

INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados coletados empiricamente foram interpretados pelo pesquisador a partir da leitura dos relatórios descritivos produzidos ao final de cada etapa da pesquisa, bem como por meio da análise de respostas recorrentes emitidas pelos entrevistados, tudo com o apoio dos paradigmas adotados e das discussões teóricas delineadas.

¹⁶⁷ Lopes, M. I. V. op. cit. 2001 p. 143.

Em partes específicas da tese, tanto foram apresentados os dados descritivos como os analíticos, para na seqüência serem enunciadas interpretações e conclusões.

INSTRUMENTOS¹⁶⁸ DE PESQUISA

Em função da estratégia metodológica adotada para o estudo empírico, foram utilizados quatro instrumentos (em anexo) de pesquisa: um formulário para o 1º procedimento quantitativo da 1ª fase, um formulário para o 2º procedimento qualitativo da 1ª fase do estudo (levantamento das lembranças da telenovela “Páginas da Vida”), um roteiro/ formulário de entrevista para o estudo de recepção (1º procedimento qualitativo da 2ª fase) e um roteiro, com o suporte de alguns materiais adicionais, para o teste de percepção (2º procedimento qualitativo da 2ª fase).

¹⁶⁸ Modelos anexados no final da tese.

6. PERCURSO DA PESQUISA

Como já mencionado, esta pesquisa consiste em uma continuidade da temática enfocada no decorrer do mestrado realizado na UNB. O primeiro passo foi dado a partir da definição das novas perspectivas a serem desenvolvidas durante o doutoramento.

Após as decisões iniciais, foram realizadas as primeiras leituras com o objetivo de construção de um diferenciado projeto para a investigação, o que teve sua construção parcial antes do ingresso no Programa de Pós-Graduação da ECA/USP.

Consistiu no maior desafio, durante todas as etapas da realização do estudo, a pesquisa bibliográfica relacionada à questão da percepção: tanto no que se refere à conceituação do termo como nas discussões teóricas relativas ao enfoque.

Em função das especificidades do estudo de percepção pretendido, viu-se necessário um vasto levantamento bibliográfico na tentativa de conceituação das terminologias e principalmente na construção do quadro teórico de referência, além do delineamento de um método de investigação de percepção de conteúdos televisivos.

Apesar das dificuldades que se apresentaram, principalmente devido ao caráter de originalidade do estudo de percepção de abordagens sociais em telenovela, todas as etapas relacionadas à questão foram satisfatoriamente cumpridas.

Depois do curso das disciplinas ocorreram diversos acréscimos no projeto de pesquisa, os quais culminaram no Relatório de Qualificação, apresentado à banca em outubro de 2007, o qual foi devidamente aprovado.

A parte empírica do estudo começou a ser aplicada logo após a qualificação do projeto de tese pela banca e durou cerca de 5 meses.

Com os dados coletados restou analisá-los e tabulá-los, para na seqüência escrever os textos finais da tese, tarefa desempenhada no decorrer de quase meio ano de empenho e idas e vindas, como deve ser qualquer elaboração textual.

Vale ressaltar que também se manifestou como fator complicador o fato da não oferta de disciplinas voltadas para a questão da percepção no período destinado para o curso das disciplinas, tanto na Pós-Graduação da Psicologia como em outros departamentos afins. Desta forma, optou-se pela pesquisa bibliográfica direta e o contato com alguns estudiosos da área.

Ainda pode ser apontado como algo desafiante o fato da inexistência de uma disciplina que abranja exclusivamente a problemática da recepção, tanto do ponto de vista conceitual e discursivo como a partir do levantamento histórico e analítico dos Estudos Latino-Americanos de Recepção. Apesar dos diversos pesquisadores brasileiros, inclusive os vinculados a USP, que têm trabalhado e refletido sobre esse enfoque, foram raras as experiências de oferta de disciplinas específicas sobre a questão.

7. DESCRIÇÃO DOS DADOS EMPÍRICOS: PESSOAIS; ESCOLARIDADE; FONTES DE INFORMAÇÃO; MEMÓRIA; ESTUDO DE RECEPÇÃO; TESTE DE PERCEPÇÃO.

Na primeira fase da pesquisa foram entrevistadas 100 pessoas para levantamento das lembranças da telenovela “Páginas da Vida”, de dados pessoais, de informações relacionadas aos hábitos de mídia, do conhecimento prévio dos entrevistados perante os temas a serem tratados na pesquisa. Consistindo essa primeira etapa na parte mais quantitativa do estudo, os dados coletados foram introduzidos, tabulados e cruzados no SPSS e abaixo apresentados por meio de diversas porcentagens, números relativos e afirmações.

Sendo os níveis educacionais na principal variável do estudo, os entrevistados foram assim selecionados: sem instrução formal e menos de um ano de estudo (13%); Fundamental - primeira a quarta série (16%); Fundamental - quinta a oitava série (22%); Médio – ‘segundo grau’ (31%); Superior (18%).

A idéia inicial era entrevistar 25 pessoas de cada faixa educacional estabelecida para a investigação, entretanto a prática de pesquisa demonstrou uma certa inviabilidade e inclusive uma falta de necessidade desse critério. Além de ser consideravelmente difícil encontrar pessoas sem ou com pouca escolaridade nos bairros visitados, verificou-se facilmente no decorrer das entrevistas que as pessoas menos escolarizadas tinham muito mais proximidade nas respostas dadas aos questionamentos do que as pessoas com níveis educacionais maiores. Em função disso, tornou-se bastante interessante, e mesmo importante, a investigação de um número maior de pessoas com escolaridade mais elevada, incrementando assim as possibilidades analíticas das respostas dessas últimas faixas em decorrência das respostas notoriamente heterogêneas.

A grande quantidade de indivíduos com ensino médio no Brasil, também foi decisiva para um número maior de participantes com esse nível de escolaridade na fase inicial do estudo. No entanto, na segunda etapa da pesquisa, foram entrevistadas as mesmas quantidades de pessoas para cada faixa, com o intuito de maior sistematização dos resultados, nessa ocasião, impreterivelmente qualitativos.

Os anos de estudo dos entrevistados foram distribuídos na escala de níveis educacionais utilizada nesta pesquisa. A tabela 0 mostra a frequência e a porcentagem de pesquisados em cada nível da escala.

TABELA 0
NÍVEL EDUCACIONAL DOS ENTREVISTADOS

	ESCOLARIDADE	FREQÜÊNCIA	%
NÍVEL			
1	Sem instrução ou menos de 1 ano de estudo formal	13	13%
2	Cursou de 1 a 4 anos de estudo formal (<i>fundamental</i>)	16	16%
3	Cursou de 5 a 8 anos de estudo formal (<i>fundamental</i>)	22	22%
4	Cursou de 9 a 11 anos de estudo forma (<i>médio</i>)	31	31%
5	Cursou 12 ou mais anos de estudo (<i>3º grau e pós-graduação</i>)	18	18%
	Total	100	100%

Também foi levantada a escolaridade dos pais dos entrevistados, sendo de imediato percebido que quanto menor a escolaridade daqueles, menor as escolaridades destes. Praticamente todos os entrevistados com ensino superior têm pais com escolaridade igual ou acima do ensino médio. Em suma o que se verificou foi uma ligação direta entre o grau

de instrução dos pais e o dos filhos, o que conseqüente e impreterivelmente produzirá mediação e interferências nas diversas etapas do estudo.

Estabelecido como filtro para participar da pesquisa o ato de assistir à telenovela “Páginas da Vida”, obteve-se espontaneamente um maior número de entrevistados do sexo feminino (81%) em detrimento de apenas 19% do sexo masculino. As mulheres costumam assumir de imediato que assistem telenovela, já os homens quase nunca admitem num primeiro momento que têm o hábito de acompanhar os melodramas, pois para o universo masculino ainda consiste num tabu significativo esse ato. Apenas depois de alguns minutos de conversa os homens convidados para participarem da pesquisa começavam a declarar terem assistido à telenovela em questão. No entanto, o maior número de mulheres entrevistadas na primeira fase da pesquisa não se refletiu diretamente no sexo dos participantes da segunda etapa, quando houve quase um equilíbrio, proposital, entre os entrevistados.

É importante mencionar, entretanto, que a variável sexo não se concretizou como mediador considerável, o que já era previsto, tanto no levantamento das lembranças da telenovela em estudo quanto na recepção e percepção dos conteúdos apresentados.

No tocante à situação etária dos entrevistados na primeira fase da investigação houve um equilíbrio entre as faixas adotadas para a pesquisa: 19% tem de 18 a 25 anos; 23% de 26 a 35 anos; 20% de 36 a 45 anos; 24% de 46 a 55 anos e 14% acima de 56 anos. Vale lembrar que consistiu num critério prévio a obrigatoriedade dos entrevistados terem idade superior a 18 anos, quando se espera, numa seqüência normal, já haverem concluído as fases educacionais formais até o ensino médio.

Foi verificado que o número de pessoas sem instrução formal ou com pouca escolaridade cresce na medida em que a idade dos entrevistados vai aumentando. Essa verificação não diverge dos dados oficiais que demonstram uma diminuição no número de analfabetos no Brasil nas últimas décadas. Isso significa que as gerações mais novas têm tido mais acesso à escola formal¹⁶⁹. Na realidade, esse fato nos apresenta uma lógica bastante perversa, mesmo que não consciente: na proporção em que as pessoas mais idosas

¹⁶⁹ Alguns dados já apresentados em momentos distintos desse trabalho, bem como informações educacionais disponibilizadas pelo IBGE, demonstram bem isso (Ver: PNAD/1999/2005/2007 na Homepage: <http://ibge.gov.br>).

vão morrendo e as crianças e jovens estão tendo acesso às escolas a taxa de analfabetismo vai caindo ‘naturalmente’, podendo-se dizer também ‘estrategicamente’.

Houve uma preocupação do estudo em fazer um levantamento dos cursos extracurriculares feitos pelos entrevistados; com o objetivo de verificar, caso seja possível, se o fato de um entrevistado haver realizado um curso extracurricular interfere nas lembranças da telenovela, na recepção e percepção dos conteúdos. 51% dos entrevistados declararam não ter feito nenhum curso extracurricular contra 10% que mencionou três cursos, 14%, pelo menos dois e 49%, um, sendo o curso de informática o mais citado (20 vezes). Vale ressaltar, entretanto, que 99% dos entrevistados que declararam haver feito algum curso extracurricular tinham mais de 4 anos de estudo, 97% tinham mais de 8 anos de estudos e que todos declarantes de dois ou mais cursos têm escolaridade igual ou superior ao ensino médio. Foi verificado, portanto, que quanto mais escolaridade, mais cursos extracurriculares são realizados. Além disso, ficou claro que pessoas com pouca escolaridade geralmente afirmam ter concluído cursos mais profissionalizantes como: depiladora, cabeleireira, cozinheira, costureira. Já na medida em que vai aumentando o grau de instrução ocorre um incremento no número de cursos mais específicos e sofisticados: piano; dramaturgia; criatividade e empreendedorismo; educação ambiental; fotografia. Desta forma, verifica-se também que o aumento na escolaridade, significando na prática o cumprimento de exigências sociais e de mercado básicas, reflete na busca por conhecimentos menos didáticos e mais ‘livres’, informais, subjetivos, introspectivos.

Quanto ao estado civil dos participantes tivemos uma grande maioria de solteiros (44%) e casados (30%). Os 26% restantes estão quase que igualmente distribuídos entre separados, divorciados, vivem juntos e viúvos.

Os entrevistados têm 42 profissões ou ocupações diferentes, sendo Dona de Casa (14%), Comerciante (11%) e Doméstica (8%) as mais frequentes. Vale salientar que das 18 pessoas com ensino superior apenas o curso de Pedagogia apareceu 4 vezes, os outros cursos foram todos diversificados: Turismo, Educação Física, Administração, Comércio Exterior, Ciências Sociais, Arquitetura, Biblioteconomia, Audiovisual, Nutrição, Publicidade e Propaganda, Fisioterapia, Engenharia Civil, Gestão em RH, Psicologia.

Boa parte dos participantes nasceu na cidade de São Paulo (40%), sendo os outros originários de outros 59 municípios. No entanto, 94% dos entrevistados declararam morar na Capital paulista há mais de 10 anos.

A maioria absoluta (73%) tem renda pessoal inferior a R\$ 2.000,00. Considerando que 19% declarou não deter renda individual, restaram poucos com rendimentos pessoais superiores a R\$ 2.000,00. Quando verificada a renda familiar, não houve alteração no percentual de rendimentos inferiores aos R\$ 2.000,00, ocorrendo apenas um acréscimo significativo nas faixas superiores ao montante acima (29%).

A religião católica, como era de se esperar, é professada por 61% dos entrevistados. A maior parte do restante, excluindo os 7% que não têm religião, declarou ser evangélica (18%) ou 'espírita' (11%), dentre outras com percentuais menos significativos. No entanto, apesar do grande número de pessoas que se afirmaram católicas, quando se verificam os dados da frequência nos templos da religião, nota-se praticamente um empate entre os católicos (12%) e evangélicos (11%) que freqüentam uma vez por semana; já os católicos, que disseram não freqüentar ou ir raramente aos templos, atingem a casa dos 48%, número pouco expressivo entre os evangélicos (3% raramente e 1% não freqüenta). Também entre os espíritas a ida costuma ser semanal (6%), contrastando com apenas 4% que disseram que comparecem raramente e 1% que afirmou não ir.

As atividades culturais mais exercidas pelos entrevistados são (com possibilidade de até três citações): cinema (28%); teatro (19%); show (9%); exposições (7%); museu (3%), apesar de 66% deles terem declarado não freqüentar nenhuma atividade cultural.

De forma espontânea, apenas inquirindo onde o pesquisado busca informações no cotidiano, obteve-se que 92% dos entrevistados têm a própria transmissão televisiva como uma das fontes de informação, 28% o jornal escrito; 24% a Internet; 14% as revistas; 14% os livros; 6% o rádio. Na medida em que a pergunta foi feita abordando diretamente os meios de comunicação, ou seja, em quais meios de comunicação o telespectador busca informação no dia-a-dia, não se obteve resultados muito distantes dos anteriores: 96% responderam que é pela TV; 37% pelo jornal escrito; 28% através da Internet; 22% por revistas; 10% pelo rádio. Entretanto, quando perguntado diretamente a respeito do acesso a cada meio de comunicação em específico, os resultados sofreram algumas alterações: 100% dos pesquisados afirmaram assistir televisão; 49% disseram ler revistas e jornais impressos,

respectivamente; 39% mencionaram o costume de acessar Internet e 35% informaram freqüentar cinema. Ao cruzar alguns desses dados com os níveis educacionais, obtêm-se informações bastante instigantes, conforme se pode observar na tabela 1:

TABELA 1
NÍVEL EDUCACIONAL X EM QUE MEIOS BUSCA INFORMAÇÕES NO
COTIDIANO

NÍVEL EDUCACIONAL	EM QUAIS MEIOS BUSCA INFORMAÇÕES NO COTIDIANO?					Total cumulativo
	TV	Rádio	Jornal Escrito	Revista	Internet	
1 – Sem Instrução formal	13	0	0	0	0	13
2 – Fundamental (1ª a 4ª)	16	2	2	1	0	21
3 – Fundamental (5ª a 8ª)	22	1	5	0	2	30
4 – Médio	29	2	20	13	10	63
5 – Superior	16	5	10	8	16	55
Total	96	10	37	22	28	

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”, 2007/8.

Além dos entrevistados terem mencionado os meios de comunicação tradicionais como fontes de busca de informação no cotidiano, vale ressaltar que muitos deles, principalmente os menos escolarizados, citaram a comunicação interpessoal como uma das

fontes de aquisição de informações. Foi bastante comum o fato de entrevistados apontarem os amigos, colegas de trabalho, parentes, vizinhos como fontes de informações no dia-a-dia. Assim, nota-se uma grande importância desse tipo de comunicação menos formal para parte significativa dos pesquisados.

Na medida que foram condensadas as informações relacionadas ao hábito específico de assistência à televisão percebeu-se, como já era de se esperar, que além de todos declararem ver televisão demonstraram assistir muitas horas por dia, todos os dias (95% dos entrevistados). Das 95 pessoas que afirmaram ver televisão todos os dias 60% disseram assistir por mais de 3 horas diárias, sendo a sala o local preferido da maioria (70%) juntamente com a família (55%). Quanto ao número de televisores, 33% declarou ter apenas um televisor na residência contra 44% que afirmou ter 2, 19% possui 3 e 6% mais de 4 aparelhos. A variedade da programação (39% dos que têm TV paga) e a qualidade da imagem (36%) consistiram nos dois principais motivos para a opção por televisão por assinatura (33%) dos pesquisados, sendo o preço elevado o maior empecilho declarado (53 pessoas) para a assinatura da televisão paga. Notícias (46%) e Novelas (42%), acompanhado de filmes foram os formatos mais declarados como a preferência e o costume de assistência à televisão, consistindo a emissora Globo (58%) e os programas Jornal Nacional, 'Novela' e Faustão as maiores preferências. O hábito específico de assistência da telenovela é algo bem mais realizado em casa, na sala, com a família (56%), não diferenciando dos hábitos relacionados ao restante da programação. Vale salientar que 82% das pessoas que têm TV por assinatura em casa, detêm como escolaridade o ensino médio ou superior e ainda que as notícias e as novelas são assistidas por indivíduos de todos os níveis educacionais, apesar das maiores predominâncias nos níveis mais intermediários.

Quando verificado o hábito de leitura de livros dos participantes da primeira fase da pesquisa não se obteve nenhum resultado inesperado, o que não se distancia muito dos dados apresentados a respeito do consumo de meios de comunicação impressos. Além do hábito de leitura ser bastante baixo, ele é praticamente restrito aos participantes com mais escolaridade. Incluindo os entrevistados sem instrução, 57% disseram não ter o hábito de leitura, sendo que parte significativa dos que se declararam adeptos à leitura apresentaram livros de auto-ajuda como os últimos lidos (30%). Praticamente todos os participantes que mencionaram os títulos das últimas obras lidas detêm escolaridades superiores ao ensino

médio. Das 13 pessoas que informaram ler 1 ou mais livros por mês, 6 têm ensino médio e 7, superior.

Em referência ao tipo de instituição de ensino em que os entrevistados realizaram seus estudos não se verificou nenhuma discrepância dos dados conhecidos a respeito dessa questão no Brasil. Dos 49 entrevistados com escolaridade acima do ensino fundamental cerca de 84% fizeram o ensino médio em escolas públicas, contra apenas 10% em escolas privadas e 6% nos dois tipos de instituições, sendo a modalidade colegial a mais freqüente (78%). Já 79% dos participantes que chegaram ao ensino superior estudaram em escolas privadas, não contrariando a lógica nacional de que os alunos de escolas públicas geralmente ingressam em instituições de ensino superior privadas e estudantes de escolas privadas ingressam em universidades públicas.

Ainda no final da primeira fase da pesquisa foram levantadas as lembranças dos entrevistados acerca da telenovela “Páginas da Vida”, que havia terminado em torno de seis meses antes do período da aplicação dessa etapa da investigação. Inicialmente, foi solicitado aos pesquisados que mencionassem, de forma espontânea, as lembranças, tudo que viesse à mente naquele instante, a respeito da trama de Manoel Carlos. Na seqüência, além de ser averiguado se os entrevistados sabiam o significado do termo *Merchandising Social*, eram realizados outros questionamentos para levantar as lembranças específicas desses conteúdos com abordagens sociais, bem como a opinião deles perante essas inserções em telenovelas e também era testado o conhecimento prévio dos pesquisados relativos aos assuntos a serem inquiridos na fase seguinte da pesquisa.

Algo facilmente percebido no decorrer das entrevistas da primeira etapa da pesquisa diz respeito à opinião favorável da grande maioria dos entrevistados, dos mais diversos níveis educacionais formais, ainda que de maneira diluída durante os questionamentos, à veiculação de abordagens sociais em telenovelas. Foi comum a defesa, mesmo que de forma mais contundente, consciente e articulada entre os indivíduos com escolaridades mais elevadas, de que o *Merchandising Social* é importante no processo ‘educacional’ das pessoas. Muitos afirmaram que por meio desses conteúdos instrutivos os telespectadores normalmente passam a encarar diversos assuntos, inclusive os mais polêmicos, de formas diferentes, geralmente com menos interferência de pré-conceitos.

A próxima tabela apresenta o posicionamento dos participantes da pesquisa logo após a solicitação das suas opiniões sobre as inserções de abordagens sociais nas novelas. Vale dizer que essas respostas consistem em resultados de uma questão diretamente estimulada, sem considerar outros posicionamentos dos pesquisados no decorrer da investigação:

TABELA 2
ESCOLARIDADE X OPINIÃO SOBRE ABORDAGENS SOCIAIS EM NOVELA

OPINIÃO SOBRE ABORDAGENS SOCIAIS	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
"Concordo" e apresentação de argumentos contundentes.	0	0	0	18	18	36
Somente "acho bom"	0	3	10	0	0	13
Acho bom e argumentos satisfatórios.	0	2	6	13	0	21
Não tem opinião formada.	13	11	6	0	0	30
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa "TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO", 2007/8.

Excitou a atenção perceber que as lembranças dos entrevistados, no geral, giraram muito mais em torno das abordagens sociais do que da trama melodramática propriamente dita, embora com diferenças marcantes entre os portadores dos diversos níveis escolares. Os pesquisados com escolaridades mais intermediárias, de 5ª a 8ª série fundamental ou com ensino médio, por exemplo, além de mencionar, logo no início do questionamento a respeito das lembranças da telenovela, cenas, personagens, atores e trechos relacionados às abordagens sociais inseridas no drama, acabavam por mencionar em algum momento

assuntos mais particulares à trama melodramática do folhetim. No entanto, os entrevistados com menos escolaridade faziam imediatamente diversos comentários, ou lembravam mais, de partes restritas aos conteúdos das tramas e intrigas, comuns a esse gênero televisivo, bem como nome de personagens e atores. Já os detentores de escolaridades mais elevadas baseavam seus discursos quase que exclusivamente nas abordagens sociais apresentadas na novela, mesmo que a maioria tenha buscado referências ou complementado suas falas com trechos da trama. A tabela abaixo propõe um resumo de categorizações das lembranças dos entrevistados, relacionadas à novela em questão:

TABELA 3
NÍVEL EDUCACIONAL X LEMBRANÇAS DE “PÁGINAS DA VIDA”

	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
LEMBRANÇAS DA NOVELA PÁGINAS DA VIDA						
Apenas mencionou fragmentos da trama melodramática.	10	5	1	0	1	17
Mencionou fragmentos da trama e nomes dos personagens.	0	5	5	3	0	13
Mencionou fragmentos da trama e nomes de atores.	2	0	1	0	0	3
Mencionou fragmentos da trama, nomes de atores e de personagens.	1	3	0	1	0	5
Apenas <i>Merchandising Social</i> .	0	0	0	6	3	9
Mencionou fragmentos da trama e <i>Merchandising Social</i> .	0	1	2	8	9	20
Mencionou fragmentos da trama, nomes de personagens/ atores e merchan e <i>Merchandising Social</i> .	0	2	13	13	5	33
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING SOCIAL* EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”, 2007/8.

Ficou claro, também, durante as entrevistas, uma maior intimidade, ‘proximidade’ ou mesmo carinho dos entrevistados com menos escolaridade com a telenovela da Rede Globo, muitos falavam dos personagens e dos atores como se eles fossem parte integrante das suas famílias ou amigos muito próximos. Em contrapartida, os pesquisados com níveis educacionais mais elevados demonstravam certo distanciamento, ou mesmo separação, da telenovela; todas as falas eram bastante ‘técnicas’ e norteadas por uma acentuada racionalidade no discurso. No entanto, os entrevistados com escolaridades mais medianas deixavam transparecer nas suas respostas um misto entre aproximação e distanciamento dos assuntos relacionados à telenovela. Esses participantes, ao mesmo tempo em que demonstravam proximidade e intimidade com o teledrama, incorporavam um certo discurso racional quando estavam discorrendo sobre as abordagens sociais ou no momento em que as defendiam.

As abordagens sociais relacionadas à Síndrome de Down (66%), alcoolismo (15%), preconceito racial/ racismo (22%), cultura/ arte (5%), bulimia (3%), espiritismo (2%) e gravidez na adolescência (2%) foram as mais citadas pelos participantes da pesquisa, principalmente após a apresentação do conceito de *Merchandising Social*, apesar de terem sido mencionadas diversas outras, já inseridas nas mais distintas telenovelas, como: drogas; homossexualismo; aborto; prostituição; paralisia; violência contra mulher. Foi comum a menção de abordagens sociais de outras novelas como se fosse da obra “Páginas da Vida” e nem sempre se percebeu uma separação nítida entre os conteúdos desse gênero televisivo. Vale ressaltar que, geralmente, os entrevistados com escolaridades menores, além de não fazerem citações de muitas abordagens sociais, quase sempre não conseguiam pronunciar os nomes dos assuntos contidos nelas de forma completa ou mesmo correta; não foi raro ouvir os seguintes termos: “síndrome”; “deficiência cerebral”; “mongolóide”; “criança com problema mental”; “paralisia”; “débil”. Deve ser dito também que quanto maior a escolaridade do pesquisado, mais citações de abordagens eram feitas e elevava-se a proximidade das menções com as reais inserções de ‘*Merchandising Social*’ da novela “Páginas da Vida”. As primeiras menções de lembranças das abordagens sociais no melodrama global ficaram assim distribuídas pelos níveis educacionais, apenas com o

intuito de verificarmos a interferência destes, ainda que tão somente nesse simples ato de recordação:

TABELA 4
NÍVEL EDUCACIONAL X 1ª MENÇÃO DE ABORDAGEM SOCIAL

LEMBRANÇA DE ABORDAGEM SOCIAL	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
Síndrome de Down	0	4	14	27	13	58
Menina doente	1	2	0	1	0	4
Alcoolismo	0	0	1	1	1	3
Racismo	0	0	1	2	2	5
Preconceito	0	1	0	0	0	1
AIDS	0	0	0	0	1	1
Não se lembrou de nenhuma	12	9	6	0	1	28
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”, 2007/8.

Apesar de a grande maioria dos participantes da pesquisa ter mencionado a Síndrome de Down como uma das abordagens sociais inseridas na novela “Páginas da Vida”, foram poucos e, principalmente os com mais escolaridade, os entrevistados que souberam definir adequadamente o conceito de ‘*Merchandising Social*’, conforme está demonstrado na tabela 5:

TABELA 5
NÍVEL EDUCACIONAL X DEFINIÇÃO DO CONCEITO DE
'MERCHANDISING SOCIAL'

DEFINIÇÃO DE 'MERCAHNDISING SOCIAL'	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
Definiu adequadamente	0	0	0	0	7	7
Definiu adequadamente por assimilação	0	0	1	3	4	8
Definiu pela metade, de forma confusa	0	0	0	1	0	1
Não soube definir	13	16	21	27	7	84
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa "TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING SOCIAL* EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO", 2007/8.

Entretanto, quando se questionou a respeito do significado do termo Síndrome de Down, mesmo que devido principalmente à necessidade de mensuração do conhecimento dos entrevistados perante um dos temas a serem tratados na fase posterior do estudo, verificou-se uma interferência bastante marcante dos níveis educacionais na coerência das explicações conceituais do nome da deficiência; cujo fato se encontra resumido na próxima tabela:

TABELA 6
NÍVEL EDUCACIONAL X DEFINIÇÃO DO CONCEITO DE ‘SÍNDROME DE DOWN’

	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
O QUE É SÍNDROME DE DOWN?						
Conceituou adequadamente a Síndrome de Down	0	0	2	20	18	40
Não conceituou adequadamente a Síndrome de Down	13	16	20	11	0	60
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”, 2007/8.

Vale ressaltar, também, que a grande maioria dos entrevistados sem escolaridade e alguns com pouca, os mesmos que já não havia citado a Síndrome de Down como uma das abordagens sociais presentes na telenovela em estudo, não indicaram essa deficiência no momento em que foi levantado o conhecimento deles, por meio do questionamento de quais problemas de saúde uma criança pode apresentar ao nascer, relacionado aos assuntos a serem investigados em fase posterior. Constatou-se essa que deve ser vista como um forte indício de que o fato desses indivíduos não terem acessado o ensino formal não possibilitou a percepção e interiorização de conhecimento e conceitos relativos a essa temática.

Não contrariando as expectativas, os entrevistados com níveis educacionais mais elevados demonstraram ter um amplo conhecimento a respeito dos conteúdos a serem apresentados na fase qualitativa da pesquisa: Síndrome de Down; alcoolismo; insegurança. As duas tabelas abaixo, além dos dados anteriores sobre a temática Down, demonstram claramente isso:

TABELA 7
NÍVEL EDUCACIONAL X ARGUMENTAÇÃO SOBRE O CONCEITO DE
'ALCOOLISMO'

	ESCOLARIDADE COMPLETA OU EM ANDAMENTO					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
COMO DEFINE ALCOOLISMO?						
Horrível, errado, ruim.	11	13	11	0	0	35
Vício, doença, dependência.	2	3	11	19	3	38
Argumentou bastante sobre o assunto, apresentando diversos aspectos do problema.	0	0	0	12	15	27
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa "TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO", 2007/8.

TABELA 8**NÍVEL EDUCACIONAL X OPINIÃO SOBRE A ‘SEGURANÇA’ NO BRASIL**

	Escolaridade completa ou em andamento					
	Sem Instrução Formal	Fundamental (1ª a 4ª)	Fundamental (5ª a 8ª)	Médio	Superior	Total
O que pensa sobre a segurança das residências brasileiras?						
Disse apenas que não existe segurança.	12	12	21	12	1	58
Argumentou sobre a questão, sem traçar muitos comentários críticos e contundentes.	0	1	0	11	0	12
Argumentou bem sobre a questão, traçando muitos comentários críticos e contundentes.	0	1	0	8	15	24
Afirmou não ter medo/ estar tranquilo.	1	2	1	0	2	6
Total	13	16	22	31	18	100

Fonte: dados da parte empírica da pesquisa “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”, 2007/8.

É importante mencionar a constante manifestação de insatisfação dos entrevistados, de diversos níveis educacionais com a polícia, quando inquiridos sobre a segurança no Brasil. Foram diversos os depoimentos com questionamentos a respeito da confiabilidade desse segmento social. Geralmente era dito que não se confiava na polícia, devido aos envolvimento dessa com ilegalidades e violência.

A primeira etapa empírica da pesquisa foi finalizada com o levantamento do conhecimento dos entrevistados a respeito de alguns assuntos a serem avaliados em momentos distintos das próximas fases.

Já na segunda parte da investigação foram aplicados dois procedimentos, a 25 pesquisados escolhidos entre os que participaram da primeira etapa: um estudo de recepção e um teste de percepção. Os entrevistados nessa fase foram escolhidos a partir dos seguintes critérios: não terem familiares portadores de Síndrome de Down; não serem dependentes de álcool ou conviverem com alcoólatras em casa; não terem participado de processos educacionais extra-oficiais que pudessem interferir muito na economia cognitiva, principalmente entre os participantes com níveis educacionais formais menos elevados. Os instrumentos de pesquisa dos dois procedimentos foram aplicados considerando os níveis educacionais previamente estabelecidos para o estudo, a saber:

- 1 - Sem instrução e menos de um ano de estudo (5 entrevistados);
- 2 - Fundamental – 1ª a 4ª série (5 entrevistados);
- 3 - Fundamental – 5ª a 8ª série (5 entrevistados);
- 4 - Médio – ‘segundo grau’ (5 entrevistados);
- 5 - Superior (5 entrevistados).

Os resultados da segunda fase serão apresentados sem uma preocupação em terem sofrido quantificações, em função do próprio caráter qualitativo dessa etapa da investigação. Desta maneira, foram apenas organizados e analisados em conjunto e por meio de observação de tendências e constâncias.

O primeiro conteúdo apresentado no estudo de recepção consistiu numa campanha publicitária sobre os portadores da Síndrome de Down. Nessa campanha, produzida pela agência de publicidade DM9, era passada a mensagem de que os portadores da Síndrome de Down, apesar de serem ‘especiais’, podem desenvolver diversas tarefas no dia-a-dia. Segundo a campanha, os portadores dessa Síndrome precisam, acima de tudo, ser ‘respeitados’, como qualquer outro cidadão. A utilização desse material nessa fase da pesquisa tem o intuito de melhor mensurar a recepção e a percepção de conteúdo televisivo pelos entrevistados, já que se trata de informações mais concretas e objetivas.

A mensagem contida nessa peça publicitária é bastante importante, tocante, bonita, densa, complexa. Ela deveria sensibilizar a maioria das pessoas que a assistisse; entretanto,

na prática, pode-se afirmar que nem todos foram tocados pela mensagem. Por quê? Devido à utilização de texto escrito. Boa parte das informações contidas na campanha foi transmitida por meio de uma legenda que aparecia no rodapé da tela do monitor da televisão. Basta lembrarmos que parte significativa da população brasileira é analfabeta e outra parte maior ainda é analfabeta funcional, para podermos imaginar que uma mensagem televisiva que utiliza texto escrito não será entendida por todos. Pode-se afirmar assim que muitas pessoas foram impossibilitadas de entender as informações da campanha devido ao texto escrito contido na legenda, bem como em decorrência da velocidade que as frases eram trocadas e, também, em função das suas próprias deficiências educacionais.

Nas imagens apresentadas na peça, dois garotos, “Carlinhos” e o “amigo dele”, brincam num carrossel. Enquanto os garotos sobem e descem no carrossel, aparecem na tela as seguintes frases:

“Carlinhos vai à escola todos os dias.”

“O amigo dele, não.”

“Carlinhos faz natação todos os dias.”

“O amigo dele, não.”

“Carlinhos tem aulas de piano.”

“O amigo dele, não.”

(Neste momento apenas o Carlinhos, portador de Down, é focalizado)

“Ei, este é o Carlinhos.”

(Já neste outro, só o “amigo dele”)

“E este é o amigo dele.”

“Ele é um menino de rua.”

(A partir desse momento aparece apenas texto)

“Milhares de crianças no Brasil

precisam da sua ajuda.

Os portadores da Síndrome de Down

Só precisam do seu respeito.”

“Down. A pior síndrome é a do preconceito.”

Parte considerável dos entrevistados que demonstraram entender perfeitamente o conteúdo declarou que num primeiro momento eles pensavam que o Carlinhos era o garoto “normal” (provavelmente por causa do preconceito existente na sociedade contra qualquer portador de alguma deficiência) e só depois, com a leitura do restante do texto, é que eles perceberam o que estava em jogo na campanha; que era “mostrar que os portadores da Síndrome de Down são capazes de desenvolver várias atividades”.

Com a apresentação dessa campanha foi possível avaliar justamente a capacidade dos entrevistados em entender um conteúdo com certa complexidade, que além de utilizar texto escrito exige um exercício de raciocínio considerável por parte dos telespectadores. Sendo que parte significativa da informação contida na campanha é transmitida por meio de legenda no rodapé das imagens, o que impossibilitou ou atrapalhou o entendimento do conteúdo pelos entrevistados. Vale lembrar que as abordagens sociais apresentadas na seqüência do estudo não possuem o mesmo nível de dificuldade no entendimento que a campanha de Down, aumentando assim a importância do emprego desse material no estudo.

Não existe, enfim, a preocupação em afirmar ou não se essa campanha atingiu seus objetivos. A idéia é apenas utilizá-la como um teste para essa pesquisa. A partir do resultado da aplicação do teste serão possíveis algumas conclusões.

Quando solicitado aos entrevistados que comentassem o conteúdo, uma parte deles, principalmente os detentores de maior escolaridade, disse que se tratava de uma tentativa de diminuição do preconceito, tanto contra os portadores da Síndrome de Down quanto contra os meninos de rua. Outro grupo, dos que se posicionam no lado oposto da escala educacional, os sem instrução ou menos escolarizados, falou apenas que se tratava de “dois garotos brincando num parque”. Alguns, com níveis educacionais menos elevados, asseguraram que era algo sobre “deficientes/mongolóides” e outros, essencialmente os sem instrução, afirmaram que não havia entendido nada da mensagem. Houve também os que disseram, quase todos com escolaridade intermediária, que era “sobre Síndrome de Down”. Ainda tivemos raros, sem ou com poucos anos de estudo, que proferiram outras coisas completamente distintas da informação contida na peça publicitária apresentada.

Após a análise dos comentários feitos pelos entrevistados e das respostas dadas às questões efetuadas para confirmação do que eles haviam dito, foi concluído que: pouco mais de um terço dos entrevistados **demonstraram entender perfeitamente** o conteúdo, sendo todos eles portadores de níveis educacionais mais elevados, superior ou ensino médio; outra parte ligeiramente maior que a anterior **demonstrou não entender nada** do conteúdo, essencialmente os que não freqüentaram escola formal ou com até quatro anos de estudo e alguns com escolaridade mediana; cerca de um quarto dos pesquisados **demonstraram entender pela metade**, principalmente os que dispõem de escolaridade intermediária.

Alguns comentários emitidos, principalmente por entrevistados sem instrução ou com até 4ª série do ensino fundamental, logo após terem assistido à peça publicitária, são bastante interessantes e demonstram a dificuldade, e mesmo a incapacidade deles de entender esse conteúdo: “Duas crianças brincando num parque de diversão, fazendo gestos um para o outro.”; “Carrossel de cavalinho, quando vejo assim lembro da menina que mataram” (Isabela); “As crianças no parque, um menino e uma menina; muito felizes”; “Carrossel. Duas crianças. Dando até logo, tchau!”.

Vale mencionar que os participantes sem ou com pouca escolaridade regular buscavam constantemente aproximar os conteúdos apresentados às suas economias psíquicas específicas, ou seja, aos seus conhecimentos e práticas cotidianas. Embora não entendendo os conteúdos, quando considerado o teor das informações disponibilizadas, praticamente todos eles davam uma explicação ou interpretação para os mesmos. As imagens relacionadas à campanha sobre Down consistiram, no melhor exemplo do estudo, sobre esse fato da procura de ‘sentido’ para a abordagem. Nesse caso, foi comum ouvir comentários explicativos como: “carrossel. Duas crianças... Parecem muito com a meninada aqui da rua”; “as crianças num parque... Muito felizes, igual a meus netos”; “carrossel de cavalinho, quando vejo assim lembro da menininha que mataram” (referindo sobre o caso “Isabela”, de São Paulo).

Como recurso para saber o grau de entendimento do conteúdo da campanha sobre Down, além de ter sido solicitado, logo após a apresentação das imagens, que os entrevistados falassem livremente sobre elas, o que entendeu, o que sentiu. Na seqüência, foi perguntado quem eram os dois garotos que estavam nas cenas e, também, qual a

Síndrome que o Carlinhos tem para, por fim, ainda ser inquirido a respeito de quem, segundo a mensagem então transmitida, necessitava de ajuda e porquê. Somente depois da análise de todas as respostas é que se pôde chegar a conclusões, algumas já mencionadas acima. O normal foi as pessoas com mais escolaridade já falarem sobre todo o conteúdo da mensagem no decorrer da primeira solicitação, em oposição aos pesquisados sem ou com poucos anos de estudo formal que não demonstravam entender a peça publicitária, mesmo posteriormente a todos os questionamentos. Os entrevistados com níveis educacionais mais intermediários geralmente evidenciavam um entendimento fragmentado e incompleto da campanha.

Iniciando definitivamente o estudo de recepção das abordagens sociais, foram apresentadas imagens da novela “Páginas da Vida”, relacionadas à Síndrome de Down. Nessas cenas, a personagem Clarinha, portadora da deficiência, mantinha contato e diálogos com diversos outros integrantes do folhetim global. Diferentemente da campanha mostrada antes, no caso específico das imagens da telenovela, sem fatores complicadores para a compreensão, não se tem o intuito de verificar erros ou acertos no entendimento da mensagem, mas sim observar e analisar a postura, os comentários, as reações dos entrevistados perante essa temática social. Vale mencionar, também, fazendo comparação desse conteúdo com o anterior, que todas as informações contidas nas imagens da novela restringiam-se à comunicação verbal oral e às imagens, que consistem em comunicação visual, contrariamente à campanha publicitária anterior que utilizava o recurso textual por meio das legendas.

Verificou-se muito claramente uma postura bastante diversificada entre os participantes da pesquisa com relação à proximidade ou não dos mesmos com o conteúdo da telenovela. Aos participantes sem ou com pouca escolaridade coube uma aproximação e identificação, com os conteúdos apresentados, muito maior do que aos participantes com diversos anos de estudo. A demonstração dos primeiros é geralmente de que os atores e personagens integrantes das imagens fossem bastante familiares a eles, quase que numa relação de amizade e parentesco. A Clarinha, por exemplo, era tratada como alguém próximo, que necessita de cuidados e carinho, o que na visão deles era feito pela bondosa médica Helena, mãe adotiva da menina. Notou-se, inclusive, a constante vibração e torcida dos entrevistados com escolaridades menores, e mesmo medianas, para o ‘sucesso’ dos

personagens da trama, principalmente os ‘bonzinhos’; a morte da Maria Fernanda, a Nanda como era reconhecida, mãe da portadora de Down, foi lamentada por diversos pesquisados, especialmente pelos que dispunham de escolaridades mais elementares.

Ainda em relação aos posicionamentos dos entrevistados quando colocados diante das imagens da telenovela, é importante mencionar que as pessoas com vários anos de estudo normalmente traçavam depoimentos mais relacionados às abordagens sociais da telenovela, não restritamente aos conteúdos então apresentados, já os pesquisados com menos escolaridade direcionavam suas falas quase que exclusivamente para as tramas da novela, enquanto os portadores de níveis educacionais intermediários comumente mesclavam em seus comentários tanto as abordagens sociais como a trama do melodrama global. Vale mencionar que os comentários e as respostas dos participantes com pouca instrução formal eram quase sempre diretamente baseados nas imagens então assistidas, distintamente das manifestações dos entrevistados mais escolarizados, os quais comumente introduziam nos seus argumentos diversas informações adicionais, incluindo muitas totalmente distintas dos assuntos em estudo, porém, importantes nos seus raciocínios, geralmente pautados em fundamentos racionais.

Ficou totalmente nítida a impressão de que os entrevistados com menos escolaridade recepcionavam as cenas das abordagens sociais da novela apenas como parte integrante da trama, comum ao gênero televisivo, não havendo uma separação entre os dois conteúdos distintos presentes nas imagens: temática social e o melodrama. É como se todas as informações fizessem parte de somente uma narrativa, o teledrama.

Alguns comentários dos participantes com mais escolaridade são de suma importância para se perceber tanto o maior distanciamento da trama da novela como para verificar a maior possibilidade de racionalização e análise crítica deles: “as imagens retratam o potencial das crianças com Down, que antigamente não era visto. A novela mostrou que eles são capazes, bem como as outras crianças”; “Os portadores de Down são capazes, apesar de necessitarem de cuidados especiais da família. Com atenção, carinho e cuidados, podem desenvolver muito o potencial”; “Independente de ter Down, tem que ter carinho, contatos com as pessoas, relações sociais, assim se pode ser feliz”; “Deve-se tratar as crianças com Down como normais, falar com as crianças de igual para igual, na altura

dela muitas vezes. Eles têm os mesmos direitos: devem ser amadas, bem cuidadas e respeitadas”

Já os depoimentos dos entrevistados com menos escolaridade, reforçam as afirmações de que eles tanto demonstraram mais aproximação com os conteúdos da novela, estabelecendo inclusive uma grande intimidade com os personagens e atores, quanto o fato de basearem suas falas quase que exclusivamente nas informações contidas nas imagens, certamente aliadas às suas experiências práticas de vida: “Hum! Assistir essa novela. Eu lembro. Novela muito bonita. Clarinha com o Greg, Helena. A mãe, Nanda, morreu no parto”; “Aquela novela! Da menina com ‘Síndrome’ de ... Que Helena fez o parto dela”; “Da menininha. Da novela. Mostrando a menina dando bolo. A mãe contando da filha com Down. Mãe cuidando”; “Novela. (lembra o nome? Foi perguntado!). Não. Foi o tempo que a Maria Eduarda ficou grávida da menina”; “Clarinha. A mãe da Clarinha. Da novela ‘Duas Vidas’. A novela foi muito boa”.

Nota-se, também, que mesmo os entrevistados com menos escolaridade demonstraram uma certa familiaridade com a temática relacionada à Síndrome de Down, ainda sem na maioria das vezes saberem o significado exato da deficiência nem conseguirem nomeá-la adequadamente. Os próprios pesquisados normalmente declaravam que a novela os auxiliou a diminuir os preconceitos perante os portadores de Down, bem como para os conhecer melhor. Vejamos algumas colocações desses participantes que evidenciam isso: “depois da novela passamos a querer o bem das crianças com Down, ter mais amor... agora sabemos mais sobre eles”; “Muita gente tem preconceito. Tinha muitas mães que têm crianças assim e tinham vergonha de nos mostra. Agora mudou”; “Para causar polêmica a Globo pôe isso. A gente aprende”.

Na seqüência, os pesquisados tiveram contato com um dos temas sociais veiculados na novela, o Alcoolismo. Manteve-se praticamente o mesmo objetivo da apresentação anterior para esse conteúdo, o qual não deveria ser encarado como teste. As cenas retratavam o martírio, bem como as conquistas, de um dependente químico durante e após as bebedeiras, além do seu processo de desintoxicação; imagens por vezes intensas, dramáticas e potencialmente emocionantes.

Os entrevistados com pouco ou nenhum estudo, apesar de muitas vezes demonstrarem uma vivência mais empírica com a questão do alcoolismo, ainda fizeram

menos separação entre a trama da telenovela e a abordagem social, ao contrário dos entrevistados mais escolarizados que mantiveram uma separação nítida entre os conteúdos. Foi bastante normal os primeiros traçarem comentários bem próximos da trama da telenovela, como: “Ela tá gostando dele... Ele ficou gostando dela” (sobre a terapeuta que tratava do alcoólatra). “É o que ficava bebendo. Acabou com a vida da filha. Fala sobre os bebum”; “Ele foi da novela? Ah! Sim! Ele bebia muito! A filha dele lutava para ele ser uma pessoa normal. Nunca vi coisa mais triste. Ai, meu Deus!” (vendo as imagens, exclamou), “Ele se apaixonou por ela”; “Ele bebia muito. Internaram ele, a filha e o namorado dela. Da bebida dele. Bebedice dele”. Entretanto, em contrapartida, os depoimentos abaixo foram comuns dentre a grande maioria dos participantes com ensino médio ou superior, indicando um certo distanciamento, bem como a distinção entre as informações contidas no conteúdo: “Caso difícil, como qualquer vício. O 1º passo para a pessoa dependente é ele tomar consciência do mal que ele está fazendo para ele e para os outros. Nesse caso teve apoio da família. É demonstrado o quanto a família é importante, assim como no caso da Síndrome de Down também”; “Por que se tornou alcoólatra? Complicado! O tratamento é uma etapa, apenas. Depende da vontade própria. Leva-se para o resto da vida. Tema forte, não é? Existe preconceito na sociedade. Me emocionava o personagem, ele mostrava que queria parar e não conseguia. Muitos familiares não ajudavam. Existe a necessidade do apoio da família”; “Um dos vícios mais difíceis. Fala sobre o álcool. A dependência. A pessoa fica sem noção e prejudica todos que estão ao seu redor. Sobre toda a problemática que destrói famílias, a novela retratou uma realidade social”.

A apresentação desse tema revelou a maior aproximação e sensibilização, no geral, dos entrevistados entre todos os conteúdos avaliados no estudo. A problematização relacionada ao Alcoolismo presente nas imagens produziu um posicionamento imediato e espontâneo de quase todos os participantes, considerando as devidas diferenciações nos discursos. A grande maioria dos entrevistados mostrou-se contrária ao consumo de álcool, e quase que a totalidade desaprova o exagero na ingestão de bebidas alcoólicas, incluindo comentários relacionados aos problemas sociais e de saúde provocados pelo descontrole perante as bebidas etílicas, apesar de alguns mais escolarizados terem traçado defesas incisivas ao consumo moderado e controlado. Entretanto, como de costume, os discursos mais contundentes, que levam em conta as diversas faces da questão, foram realizados

pelos portadores com mais escolaridade, principalmente aqueles que possuem ensino superior e médio.

Durante a recepção das imagens relacionadas ao alcoolismo foram emitidas as mais diversas expressões gestuais pelos entrevistados, acima da média dos outros conteúdos. Fato que, além de ratificar a aproximação desses com essa temática, remete à idéia de que quanto mais presente um assunto na vida das pessoas mais elas terão interesse pelo mesmo, ou seja, quem não se vê capaz de traçar algum comentário relacionado ao consumo de álcool, à religião, aos relacionamentos afetivos e, no caso específico brasileiro, ao futebol e carnaval? Praticamente todas as pessoas, numa ou em outra situação cotidiana.

Por fim, encerrando o estudo empírico de recepção, foi apresentado o *Merchandising Social*, o qual incluía discussão pontual sobre a segurança pública no Brasil. Das três abordagens sociais estudadas, essa última deve ser vista como a mais difícil de ser compreendida, em função da sutileza das informações nela contidas. A mensagem transmitida por meio do diálogo de duas personagens da telenovela num elevador não foi passada de forma didática nem obedecendo a uma seqüência lógica ou uma relação coerente entre as falas e os assuntos. Nas cenas, a médica Helena, protagonista da novela, entrava apressada no elevador — por motivo de preocupações relacionadas à trama, ela estava atordoada com a possibilidade de perder a guarda da filha adotiva Clarinha —, e lá iniciava uma conversa quase monossilábica, com uma vizinha que reclamava da ausência do porteiro do prédio, juntamente com pitadas de críticas à falta de segurança no Brasil, apesar de se pagar muitos impostos, bradava a insatisfeita mulher.

Nesse caso, somente os participantes com mais escolaridade, geralmente a partir do ensino médio, conseguiram separar as duas informações contidas nos diálogos das personagens da novela, a trama propriamente dita e a discussão sobre a insegurança no Brasil. Da mesma forma que em muitas das abordagens sociais anteriores, os entrevistados sem instrução e/ ou com pouca escolaridade demonstravam não haver entendido direito a informação ou ficavam apenas em análises pertinentes à trama da novela, incluindo ainda outros assuntos relacionados aos conflitos do melodrama, além de argumentos mais pertinentes aos seus cotidianos particulares. Já os participantes com escolaridade mediana, para baixo, apesar de também apresentarem argumentos relacionados à trama da novela, geralmente faziam menções à abordagem do *Merchandising Social*, mesmo que de forma

restrita e muitas vezes mais direta: “...pegando o elevador. Não sei por que a mulher falou de impostos. Não sei por quê? São mal utilizados?”; “Não deu para entender bem. O porteiro abandonou o posto de serviço. Pode entrar ladrão. O porteiro não está trabalhando direito, assim fica sem seguranças.”; “A Helena soube que o pai da menina tinha aparecido. Estava assustada. Nós que somos mães não se pode tocar num filho. Insegurança, violência, não se vive mais em paz.”.

Apesar de as informações contidas nas imagens referirem, mesmo como pano de fundo da trama, a questão da falta de segurança pública, assunto bastante recorrente na sociedade brasileira, bem como o caso do alcoolismo, o fato de a mensagem não ter sido tão direta, com certeza influenciou tanto no entendimento quanto na proximidade dos entrevistados com a abordagem. Vale mencionar que os entrevistados com níveis educacionais medianos e superiores demonstraram maior interesse em discutir o assunto e apresentaram comentários muito mais extensos sobre a problemática do que os menos escolarizados.

Com o intuito de ilustração das afirmações acima, vejamos alguns dos argumentos dos participantes sem instrução ou com menos escolaridade: “Não entendi! Estava no elevador. Aconteceu algo no apartamento dela? Não entendi mais nada.”; (curiosa! com feição de estranhamento!) “Está correndo para salvar o quê? Acho que ela correu para a outra não falar a verdade para a menina. (quando questionada sobre o que estava sendo abordado na cena, perguntou a entrevistada) Será que é assim: eles querem falar assim que temos que dizer sempre a verdade?”; “Brigando por causa do porteiro que não está na portaria. As imagens tratam do elevador e do porteiro”; “A Maria Eduarda, não, Helena, está com pressa para chegar em casa. O elevador não chega! Que angústia!”. Em contrapartida, os pesquisados com mais escolaridade, do mesmo modo que em outros momentos do estudo, proferiram depoimentos muito mais contundentes, como estes: “Segurança, falta de segurança pública. Falta de informação e preparação do porteiro. Não se tem retorno para os impostos. Neste caso do porteiro, depois não adianta arremediar o erro. Insegurança! Geral no Brasil.”; “Trata de uma pessoa desesperada. Falando da questão da segurança. Abandono da Segurança Pública. Não se sabe quem é bandido ou polícia no Brasil. Nós que vivemos presos, o bandido está na rua. Não confiamos na Segurança Pública. Mesmo morando em condomínios, não estamos seguros. Com todos os impostos

que pagamos, vivemos desta forma.”; “Sobre a falta de segurança do prédio, que também é nacional. Naquele prédio qualquer pessoa pode entrar. Fala dos impostos e que não vê retorno. Fala do governo em si. No Brasil não se tem retorno adequado dos impostos”.

Foi possível perceber, também, que os entrevistados sem ou com menos estudo, bem mais do que os outros, adotavam durante o período que estavam assistindo ao conteúdo as mais diversas posturas corporais de estranheza e não reconhecimento do assunto apresentado. Apesar de muitos terem declarado não entender nada, alguns apenas apresentavam os gestos referentes às posturas acima mencionadas e na seqüência passavam a argumentar ou sobre a trama da novela ou ainda sobre outros contextos diversos.

Algo bastante mencionado pelos entrevistados, das mais diversas escolaridades, refere-se à pouca confiança deles na polícia, o que já foi bastante citado na primeira fase do estudo quando se estava levantando o conhecimento deles sobre a questão da segurança pública. Parte significativa desses afirmou que não se sabe em quem confiar, em função do envolvimento da polícia com a criminalidade. Foi normal ouvir afirmações desse tipo: “não se sabe quem é bandido ou polícia”; “Falta de Segurança Publica, não confiamos na polícia.”; “A polícia não é de tudo confiável”.

O último procedimento da estratégia metodológica do estudo consistiu no teste cujo intuito era mensurar a percepção das abordagens sociais apresentadas aos entrevistados cerca de uma semana da aplicação dessa etapa específica do estudo. No decorrer do teste perceptivo, diversos artifícios metodológicos foram adotados para a averiguação da percepção dos conteúdos em questão.

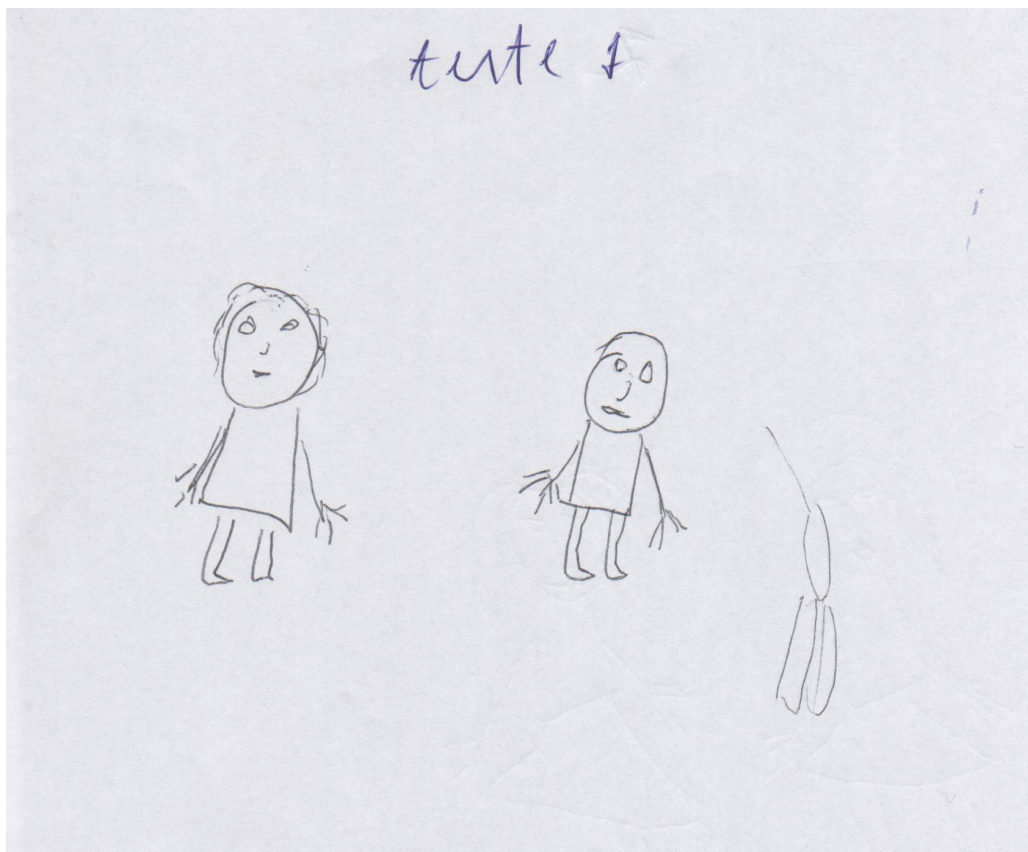
Uma análise mais geral e resumida dos resultados do teste aponta que os entrevistados com mais escolaridade, além de terem demonstrado maior capacidade de armazenamento das informações contidas nos conteúdos evidenciam um completo domínio nas mais diversas formas de linguagem, oral, escrita e gestual, na articulação e expressão dos seus pensamentos, bem como, por conseguinte, uma maior habilidade na comunicação.

Logo no início do teste de percepção, para os pesquisados não sofrerem nenhum direcionamento, quando era requerido que o entrevistado utilizasse um papel em branco para produzir uma representação de cada um dos conteúdos, apresentados uma semana atrás, foi normal às pessoas escolarizadas, principalmente as com níveis educacionais mais elevados, começarem a escrever, de imediato, sobre todos os assuntos solicitados.

Entretanto, os pesquisados sem instrução ou com poucos anos de escola formal, demonstravam um certo ‘pânico’ ou ‘paralisação’ quando a tarefa era solicitada, evidência intensificada inclusive por meio de gestos faciais e corporais visíveis de insegurança, desconhecimento e desconforto. Uns afirmavam realmente não saber escrever nada e outros diziam escrever muito mal. Como também era dada a opção de desenhar ou mesmo rabiscar, os sem instrução ou com menos instrução passavam, geralmente de forma tímida e vergonhosa, a desenhar ou produzir alguns rabiscos. Todos eles, mesmo os sem instrução, eram encorajados a produzir alguma forma de representação dos conteúdos.

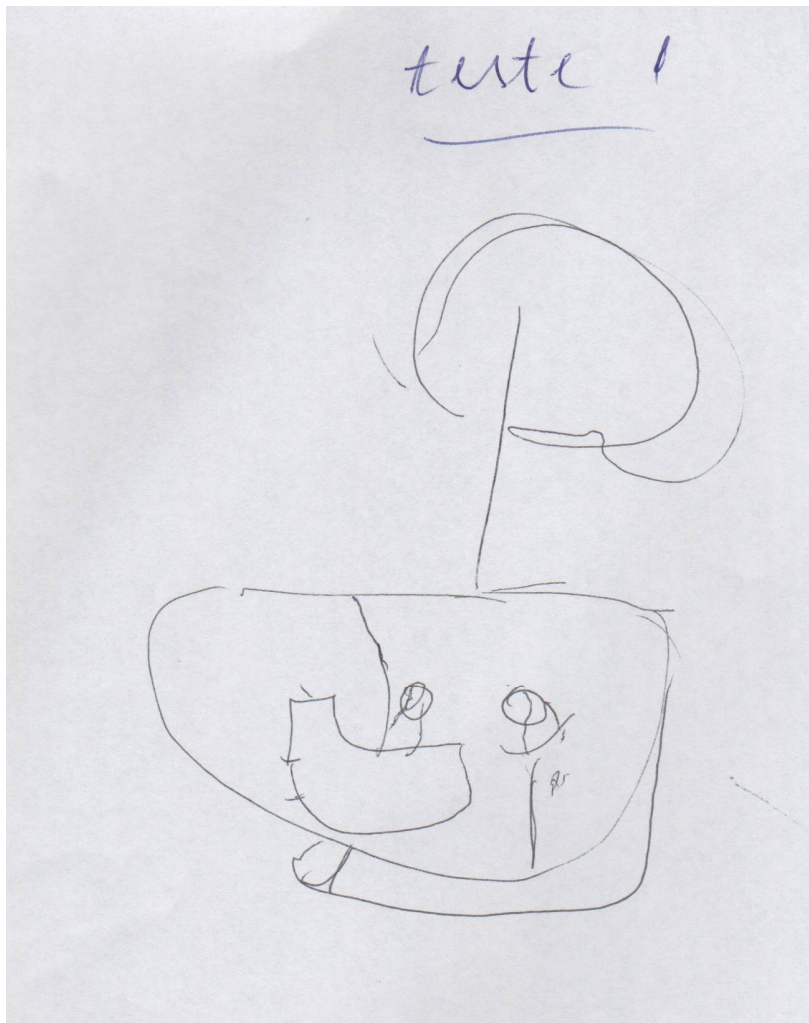
Após a análise de todas as manifestações, escritas, desenhadas ou rabiscadas, dos entrevistados, considerando inclusive as explicações orais dos desenhos, dadas pelos que utilizaram esse recurso, em função da opção por não interpretação direta dos mesmos, foram selecionadas as mais significativas para contemplar os diversos grupos de níveis educacionais utilizados no estudo. Vejamos a seguir.

A manifestação desenhada logo abaixo de um participante sem instrução, bem ilustrativa das performances dos outros na mesma condição educacional, desenvolvida no momento que foi solicitada uma representação da campanha sobre Síndrome de Down, aponta tanto para a impossibilidade de expressão verbal escrita, como para a total dificuldade na percepção do conteúdo então apresentado, ponderando enfim os propósitos da mensagem transmitida. Vale ressaltar a dificuldade desses pesquisados em iniciar a representação dos conteúdos anteriormente recebidos, devido a falta de domínio da escrita. Somente após uma certa ‘paralisação’ imediata eles percebem, ou geralmente é mencionada pelo entrevistador, a possibilidade da utilização do recurso do desenho.

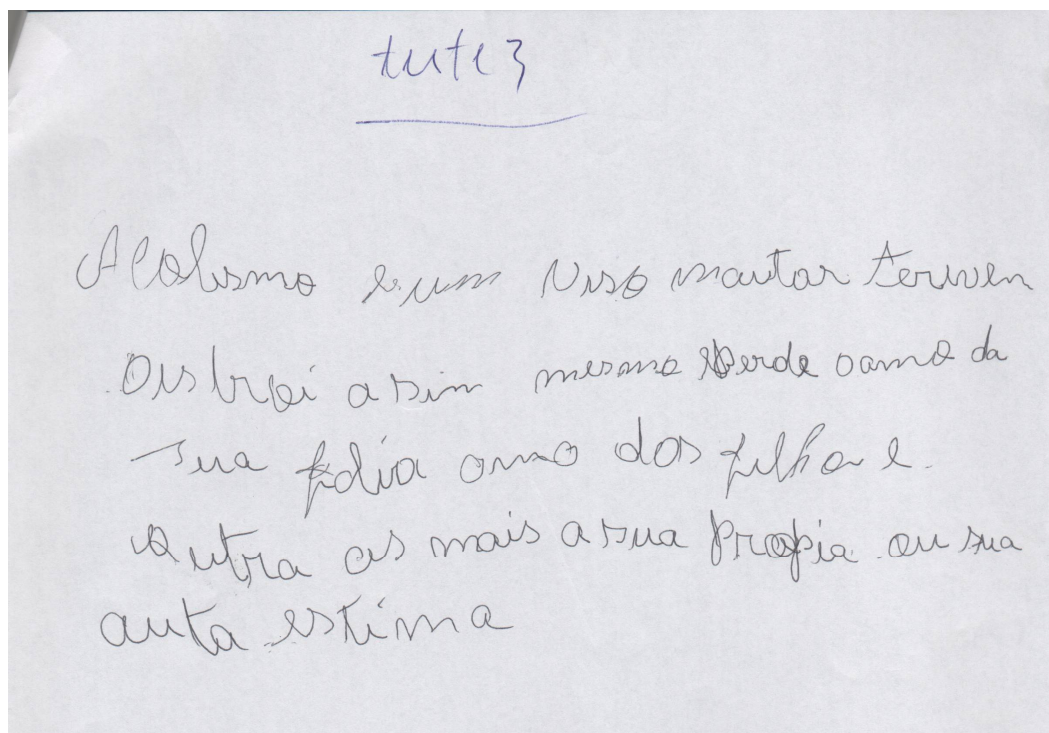


Quando solicitado ao participante o significado do desenho acima, foi dito pelo pesquisado que se tratava das duas crianças brincando no parquinho, mantendo-se, portanto, a impossibilidade de perceber adequadamente e integralmente o conteúdo da campanha. Nota-se que a percepção restringiu-se basicamente às informações meramente visuais contidas na peça publicitária.

Já as próximas manifestações de um entrevistado com poucos anos de estudo demonstram além da dificuldade em lidar com a comunicação escrita a deficiência na percepção das informações:



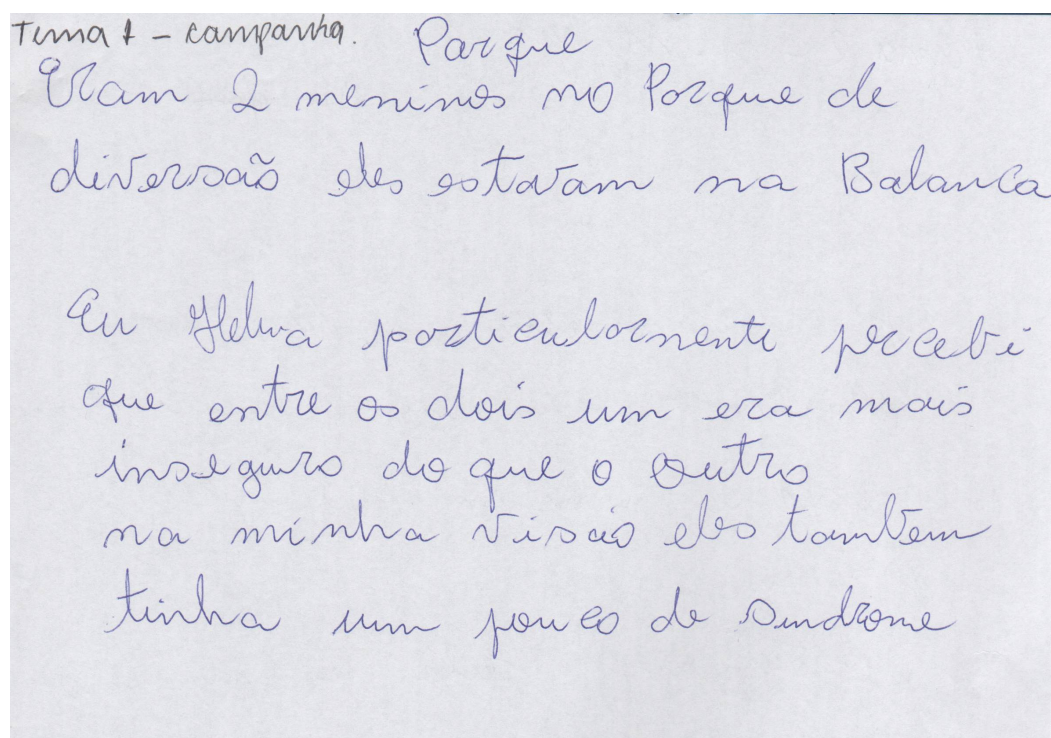
“Duas crianças no carrossel, as das imagens que você mostrou”, consistiu no significado restrito dado ao desenho acima pelo entrevistado, demonstrando claramente grande discrepância entre o que ele percebeu da mensagem e o seu real significado. O mesmo participante também utilizou, na seqüência, um texto escrito para representar um dos conteúdos recebidos.



Por meio desta manifestação escrita, bem como das explicações verbais orais do que foi escrito, na medida que o texto não é totalmente claro e legível, percebe-se inclusive a dificuldade de percepção adequada de conteúdos mais simples, como o relativo ao alcoolismo, além da precariedade na comunicação verbal escrita. Na tentativa de explicitação do texto acima, o entrevistado disse que “o alcoolismo destrói tanto a vida dos outros como a da própria pessoa, ou a auto-estima, que bebe”, não contemplando plenamente o assunto tratado na inserção televisiva previamente apresentada. Apesar do participante ter manifestado a idéia do potencial destrutivo do consumo exagerado de álcool ele não atentou para diversas outras nuances discutidas nas cenas da temática social: problemas de saúde relacionados diretamente ao alcoolismo; dificuldades na recuperação de dependentes; peculiaridades nos picos do vício.

Muitos dos pesquisados com escolaridades medianas para baixo, com dois a sete anos de estudo, produziram manifestações textuais, porém com dificuldades marcantes no domínio do idioma e da escrita, além de forte demonstração de falhas na percepção

adequada de diversos conteúdos. Os trechos abaixo das suas produções manuscritas apontam nitidamente isso:



Tema 4 - campanha. Porque
Olam 2 meninos no Porque de
diversão eles estavam na Balança

Eu Helva posteriormente percebi
que entre os dois um era mais
inseguro do que o outro
na minha visão eles também
tinha um pouco de síndrome

Nota-se claramente que o texto, além de trazer defeitos na sua construção, não contempla eficazmente as principais informações contidas no conteúdo então apresentado, o que indica problemas na percepção da campanha. Algo que também ocorre com a representação abaixo:

Tema 1 - Down - campanha.
DOIS GAROTOS NO CARROCEZ
UM TINHA SINDROME DE DOWN
E O OUTRO NORMAL MAIS
PARECIA DUAS CRIANÇAS NORMAIS

Apesar de o texto evidenciar uma estrutura lingüística mais aprimorada, ele não discorre sobre a informação principal contida na campanha. O pesquisado, nem mesmo oralmente, quando feita a solicitação pelo entrevistador de mais detalhes relacionados ao conteúdo, apresentou outros argumentos contundentes sobre a abordagem. Nota-se, portanto, que apenas perceber a existência de uma criança com Síndrome de Down nas imagens não significou um entendimento adequado de todas as informações contidas na peça. Fato que, juntamente com as manifestações verbais orais dadas pelo entrevistado, ainda indica problemas na recepção e percepção do conteúdo.

Entretanto, as manifestações dos entrevistados com mais escolaridade, praticamente todas por meio do uso da linguagem verbal escrita, ainda que revelem o domínio desse tipo de comunicação/ expressão, indicam uma total naturalidade no uso da escrita, logo que nenhum desses participantes perguntou se era para escrever ou desenhar, e assim que solicitada a tarefa eles passavam imediatamente a escrever, sem inclusive demonstrarem qualquer desconforto por meio de gestos ou expressões faciais, como os entrevistados com menos anos de estudo. Notou-se, também, o que não consistiu em nenhuma surpresa, um aumento constante na coerência e na qualidade da expressão escrita na medida em que se eleva o nível educacional dos pesquisados. Vejamos alguns textos construídos pelos participantes, para uma melhor visualização sobre isso:

· Tute 1 - Síndrome de Down - campanha

O menino Carlinhos e seu amigo, estavam no parque brincando, Carlinhos fazia várias atividades e seu amigo não. Foi que Carlinhos era um menino especial, ele tem Síndrome de Down. Quanto lemos o texto achamos que quem precisa de ajuda é o menino que contém Síndrome de Down, mas na verdade é ao contrário, o amigo de Carlinhos é um menino de rua e ele tem precisa de ajuda.

Nessa manifestação de um entrevistado com ensino médio fica claro tanto o pleno domínio da escrita como a boa percepção das informações contidas na campanha, bem diferente de outras anteriormente expostas. Nota-se inclusive uma certa perfeição na construção estética do parágrafo escrito. O texto a seguir, do mesmo modo que o anterior, é bastante representativo das posturas dos participantes mais escolarizados.

tute 1 - Síndrome de Down - campanha.
No carrusel haviam 2 crianças (2 meninos), que um era um garoto normal mas menino de rua, ~~as~~ condições financeiras e outro garoto o Carlinho, com síndrome de down que ~~havendo~~ condições financeiras tem condições melhores de vida. Com isso ele vai à escola, faz natação, enquanto que o outro não faz nada sendo à miséria, mostrando que a síndrome de down uma doença, ~~que não~~ que não afeta a vida social e sendo que a pobreza faz a diferença entre os dois garotos.

É bem explícita a capacidade de comunicação do entrevistado (com curso superior) por meio da escrita, bem como a percepção adequada do conteúdo previamente apresentado. Não havendo, portanto, no momento da entrevista a necessidade de solicitação de esclarecimentos a respeito da mensagem então recebida pelo pesquisado.

Num segundo momento do teste de percepção, tanto com o intuito de democratizar as possibilidades de expressões/ manifestações, já que os entrevistados sem escolaridade ou com poucos anos de estudo dominam a linguagem verbal oral, como para complementar as informações coletadas no primeiro procedimento, era requerido a todos os participantes que falassem sobre as lembranças e os conteúdos de todas as abordagens previamente mostradas no decorrer da pesquisa. Apesar da repetição de informações por parte dos entrevistados mais escolarizados, esse procedimento era imprescindível para a coleta de dados sobre a percepção dos pesquisados sem ou com poucos anos de estudo. Nesse momento ocorria, na prática, uma equiparação nas possibilidades de expressão dos pesquisados, apesar disso, ainda ficaram bastante nítidas as diferenças entre os depoimentos dos entrevistados com níveis educacionais diferenciados. Os trechos abaixo, transcritos das falas dos pesquisados, ilustram bem esse fato:

“Da novela? Dos meninos no parquinho”; “Tinha dois meninos no parque”; “Falava da menina que foi deixada pela mãe e a médica criou”; “desesperada, a mãe apertava o botão e o elevador não subia. Encontraram com o homem que ia embora”, consistiram em algumas das explicações dadas por entrevistados sem instrução aos conteúdos então recebidos, parecidas com as dos participantes com pouca escolaridade e bem diferenciadas das emitidas pelos mais escolarizados.

“Lembro da menininha com o menininho, brincando no carrossel. Ela perguntou o nome dele e ele disse Carlinhos”. Esse trecho da fala de um participante com 1ª série do ensino fundamental é bem representativo das percepções dos conteúdos pelos entrevistados com pouca escolaridade, da mesma forma que os seguintes:

“Eles no carrossel. Estavam felizes. Crianças gostam de brincar: até eu já andei com as minhas netas”. “Não entendi nada das imagens da portaria, só que o porteiro não estava lá”. “Das imagens do porteiro que não estava no prédio”. Explanaram outros participantes com um ano de estudo.

Já entrevistados com níveis de escolaridade medianos, para baixo, deram explicações um pouco mais elaboradas:

“Do amor que a mãe e o namorado têm pela menina, a Clarinha, que é bastante ativa e participante”. “duas crianças no parquinho, uma com Down e a outra não”. “a mulher perguntou sobre o síndico e a outra falou de impostos, não entendi porquê”.

Os participantes com níveis educacionais medianos, para cima, os com ensino médio, por exemplo, foram bem contundentes nas suas explicações:

“Imagens do Carlinhos e do amigo. Eles brincando no parque. Os dois tinham problemas, só que o amigo, menino de rua, tem mais, precisa de ajuda”. “Da moradora comentando da insegurança do prédio. Paga impostos. Não se sente segura”. Carlinhos, que tem várias atividades e porta Down, e o amigo, menino de rua, no parque. Com alegria. Se entendem

sem preconceito”. “As duas vizinhas no elevador, comentando sobre impostos. Querendo retorno”.

Entretanto, foram os pesquisados com mais anos de estudo que apresentaram explicações além de completas, significativamente complexas, demonstrando melhor entendimento e percepção dos conteúdos, como as expostas a seguir:

“Retratou muito o que a sociedade está tomando consciência: da capacidade dos portadores de Down. Tanto a Mídia como vários projetos auxiliam nisso. Quanto às crianças de rua, ainda não soubemos resolver”. “Da primeira campanha. Parecia que o problemático era o deficiente, o Carlinhos, mas o problema maior era a exclusão”. “Uma cena da novela. A respeito da falta de segurança no País. Apesar de ter retratado a insegurança também tratou do individualismo, hoje inclusive não se conhece mais os vizinhos. Houve falhas na produção: um prédio desse porte não fica sem porteiro, de portas abertas”. “Pelo que percebi: questão da inseguranças, que estamos todos vivenciando. Chegar em casa e vê o portão aberto ou a portaria sem porteiro, já se imagina algo ruim”.

Mesmo por meio de manifestações verbais orais ficou nítida a maior capacidade de articulação, bem como da prévia recepção e percepção das mensagens anteriormente apresentadas, pelos entrevistados com maiores escolaridades. Tanto no tocante ao primeiro conteúdo, que exigia leitura de texto, quanto nas abordagens sociais da novela, foi marcante a maior capacidade de os pesquisados com mais anos de estudo em os perceber e comentá-los. Os participantes sem ou com pouca instrução formal ou traçavam discursos diretamente relacionados às imagens ou às falas, inclusive sobre a campanha de Down que tinha na linguagem verbal escrita sua maior fonte de informação, ou prestavam argumentos totalmente distintos dos assuntos tratados nos conteúdos.

Dando continuidade ao teste de percepção, foram mostradas algumas imagens fixas de todos os conteúdos antes exibidos para certificar a percepção específica das mensagens pelos pesquisados. Da mesma forma que em diversos outros momentos do estudo, as diferenças entre o reconhecimento das imagens e o relacionamento delas com os conteúdos previamente recebidos foram bastante acentuadas.

No caso específico das imagens fixas sobre a campanha de Down, enquanto se obteve comentários, como os descritos abaixo, dos entrevistados mais escolarizados, apontando ainda para o entendimento adequado do conteúdo: “são imagens dos dois meninos, Carlinhos, com Down, e o amigo dele, menino de rua que precisa de ajuda”; “do Carlinhos e do amigo. Eles brincando no parque. Os dois têm problemas, só que o amigo tem mais, é menino de rua e precisa de ajuda.”, coletamos também manifestações completamente distintas dos pesquisados sem instrução ou com poucos anos de estudo: “da menina, ou é menino? Acho que é menino brincando no carrinho, rindo e conversando”; “lembro sim, os dois no carrossel se divertindo”; “dos dois meninos no parquinho. Um é doente, abobaiado”.

Na seqüência, foram emitidas algumas afirmações pelo entrevistador, corretas ou não, coerentes ou absurdas, relacionadas aos conteúdos já exibidos. Objetiva-se, além de continuar testando a percepção das mensagens pelos entrevistados, perceber a capacidade deles em articular as afirmações com os assuntos previamente apresentados e também dimensionar a atitude crítica dos participantes.

Constatou-se uma certa uniformidade entre os comentários dos entrevistados sem escolaridade ou com poucos anos de estudo. A grande maioria apenas positivava ou negava, de forma direta e quase monossilábica, sim ou não, as afirmações. Quando alguns poucos comentários eram proferidos por esses pesquisados estavam diretamente relacionados ao texto contido na frase então apresentada pelo pesquisador. Uma resposta dada por um participante do estudo com 1ª série do ensino fundamental, quando solicitado a comentar a afirmação de que “os portadores da Síndrome de Down não são capazes de realizar muitas tarefas, como: nadar, tocar piano, estudar”, é bastante significativa nesse sentido: “são capazes sim, não são bobos. Só são doentes. Andam, nadam!”. Também houve grande aproximação entre as respostas dos entrevistados mais escolarizados, entretanto, bastante diferente daqueles. Geralmente, esses participantes traçavam diversos comentários a respeito das afirmações, fazendo inclusive referências a outros assuntos e conteúdos. Um entrevistado com curso superior dá a seguinte resposta à afirmação descrita logo acima: “mentira, falso. Cientificamente, fisicamente e espiritualmente temos comprovações que eles podem. As informações dos vídeos mostram isso”.

Com intuito de certificar a percepção da informação contida nos conteúdos anteriormente apresentados aos pesquisados, de que a Síndrome de Down não é uma doença e sim uma deficiência, foi feita a declaração contrária: “A Síndrome de Down é uma doença sem cura”. Todos os entrevistados sem escolaridade e com até quatro anos de estudo concordaram com essa premissa errada, entretanto, quase que a totalidade dos participantes com mais escolaridade além de discordarem da afirmativa proferiram argumentos contundentes contrários à idéia de que a Síndrome de Down seja uma doença.

Vale dizer, ainda, que perante todas as informações emitidas ocorreu um grau imensamente maior de concordâncias assertivas entre os entrevistados com mais escolaridade, portanto, esses entrevistados conduziram os melhores e mais complexos comentários relacionados às afirmativas, corretas ou não, demonstrando assim melhores repertórios sobre todos os assuntos tratados.

Por fim, encerrando o teste de percepção e a toda a fase empírica do estudo, foram lidos alguns textos com resumos, totalmente relacionados às informações então exibidas, dos conteúdos em análise, para averiguar o posicionamento e os argumentos dos entrevistados, além, claro, da comprovação, ou não, da percepção adequada das informações contidas nas imagens antes apresentadas, considerando os objetivos do emissor e o conteúdo específico das mensagens.

Verificou-se de pronto, logo após as leituras dos textos, uma grande dificuldade entre os entrevistados sem instrução e os com pouca escolaridade em entender o que estava sendo lido, tanto por meio de gestos faciais e corporais quanto em decorrência de afirmações orais explícitas: “não entendi nada”; “do que você está falando”.

Também, nesse caso, os comentários diretos e restritos foram totalmente recorrentes entre os pesquisados sem ou com pouco estudo, o que demonstrou muitas vezes fugas dos embates, contrários às explanações complexas e contundentes dos mais escolarizados. Vale mencionar que muitas das respostas pontuais, afirmativas ou negativas, dos entrevistados com menos escolaridade não significavam o entendimento completo do que estava sendo lido, já que nos momentos de confronto, quando era perguntado pelo pesquisador mediante as afirmações limitadas, “como assim?” ou “Fale mais sobre isso:”, eram dadas explicações totalmente destoantes das informações contidas nos textos já emitidos.

Desta forma, ficou bem visível tanto a dificuldade dos entrevistados sem instrução ou com poucos anos de estudo em compreender as informações contidas nos resumos quanto a impossibilidade na percepção adequada dos conteúdos previamente recepcionados, bem como algumas deficiências na memorização e lembranças das mensagens antes transmitidas. No entanto, foram observados sempre os opostos às constatações acima entre os participantes com mais escolaridade.

8. ANÁLISES GERAIS DOS DADOS EMPÍRICOS – INTERPRETAÇÃO

Antes do confronto das informações coletadas em campo com as discussões teóricas e das conclusões do estudo é necessária a apresentação de algumas análises gerais dos dados empíricos. Essas discussões analíticas auxiliarão no entendimento das conclusões finais desse trabalho.

Diferenças marcantes entre os posicionamentos, atitudes e comportamentos dos entrevistados com níveis educacionais distintos, principalmente entre os menos e os mais escolarizados, já eram bastante perceptíveis na primeira fase do estudo, quando foram levantados inicialmente os perfis socioeconômicos e os hábitos perante os meios de comunicação dos participantes.

Também na primeira fase da pesquisa, quando se coletou dos entrevistados as lembranças específicas da telenovela “Páginas da Vida”, observou-se as mais diversas diferenças entre as respostas dos pesquisados com níveis educacionais distintos.

O fato de os entrevistados sem ou com pouca escolaridade terem pais igualmente sem instrução ou com alguns anos de estudo nos remete impreterivelmente à histórica deficiência brasileira em promover educação formal para a sua população, o que está diretamente relacionado a outras agruras sociais: qualificação profissional ruim; desemprego; má distribuição de renda; pobreza. Mesmo num levantamento estatístico restrito como esse estudo nota-se uma forte ligação entre escolaridade, renda, cursos extracurriculares; fontes de informação; atividades culturais. Na medida em que se aumentam os níveis educacionais vê-se nitidamente um incremento e diversificação desses outros itens.

Apesar das taxas ainda bastante elevadas de brasileiros analfabetos ou analfabetos funcionais, sabe-se, — algo também percebido entre os participantes da pesquisa —, que as pessoas com mais idade são as que dão sustentação para esses altos índices. Temos, assim, consciência de que cada vez mais as crianças e os jovens brasileiros estão freqüentando as escolas, ainda que sejam diversos os questionamentos a respeito dos conteúdos, da qualificação dos professores e da qualidade das instalações físicas das instituições de ensino. Entretanto, a ótica perversa entre parte dos que adotam as políticas educacionais,

mesmo que não totalmente proposital e arquitetada, prevalece: as taxas serão menores na medida em que os idosos forem morrendo. Na prática é o que realmente ocorre, quando vão morrendo os idosos sem escolaridade formal as taxas de analfabetismo vão caindo.

No tocante à frequência dos entrevistados a atividades culturais verificou-se que os mais escolarizados são os que geralmente têm acesso às produções dessa natureza. De tal modo que se aumentam os anos de estudo ocorre um acréscimo e uma diversificação das atividades culturais. Percebe-se que o contato com o conteúdo da educação formal estimula a busca por conteúdos mais densos e diversificados das manifestações culturais. Apesar disso, é enorme o percentual de pessoas que não declararam freqüentar nenhuma das mais citadas: cinema; teatro; show, exposições; museus.

Tanto os dados estatísticos disponíveis, alguns apresentados em tópicos anteriores, quanto o resultado do levantamento efetuado nessa pesquisa, apontam que a televisão é o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. Pode-se mencionar até que para muitos brasileiros, principalmente os sem instrução ou pouco escolarizados, a televisão é a única fonte de informação midiática no cotidiano.

É possível afirmar, também, por meio da averiguação de dados estatísticos, que o hábito de ler livros extracurriculares, revistas, jornais impressos, é restrito a uma parcela reduzida da sociedade, fato igualmente percebido entre os participantes da pesquisa. Ficou claro, inclusive, que um aumento nos anos de estudo proporciona um acréscimo considerável nas diversas práticas de leitura.

Pode-se dizer, ainda, em detrimento de painéis sociais específicos, por um lado que, novas tecnologias, como a TV por assinatura e a Internet, estão presentes apenas no cotidiano de poucos brasileiros, geralmente os mais abastados, afirmação que do mesmo modo pode ser estendida aos entrevistados na investigação.

Por outro lado, o fato de os entrevistados sem ou com pouca instrução não terem acesso nos seus cotidianos a muitos veículos de comunicação, especialmente os mais segmentados, indica uma certa isenção deles perante uma série de informações veiculadas nesses meios, o que deveria ser pensado como uma vantagem, quando considerada a qualidade dos conteúdos mais disponíveis. Entretanto, não se pode deixar de levar em conta que o pouco acesso não é algo consciente e fruto de uma decisão pensada, mas sim definido essencialmente pela incapacidade de 'leitura' das informações ou mesmo impossibilidade

econômica de aquisição de alguns meios de comunicação pagos. Na realidade, o problema encontra-se na falta de decisão, mesmo que por razões financeiras, na escolha e seleção dos meios e dos seus respectivos conteúdos.

Apesar disso, vale mencionar, entretanto, que os pesquisados menos escolarizados, mesmo não tendo acesso a uma gama maior de programação e até mesmo em função desse fato, demonstraram a comunicação interpessoal como exercício cotidiano, portanto, consistindo em importante fonte de informação; algo cada vez menos praticado, e inclusive desvalorizado, nas sociedades modernas, sem tempo e espaço para esses contatos interativos entre pessoas.

As afirmações acima, aliadas ao déficit educacional existente no país, geram complicações no ato da recepção de informações provenientes dos meios de comunicação, inclusive da televisão (apesar desse ser um meio de comunicação de tradição oral). No caso específico desse estudo foram diversas as constatações de problemas oriundos das deficiências supramencionadas.

É inegável o poder da mídia em agendar e pautar assuntos. Um evento específico surgido no decorrer da pesquisa, quando um entrevistado faz a seguinte explanação, no ato da recepção de um dos conteúdos: “Carrossel de cavalinho, quando vejo assim lembro da menina que mataram” (Isabela, a menina jogada pela janela do apartamento do pai e da madrasta, na Zona Norte de São Paulo, algumas semanas antes da aplicação da pesquisa), consiste apenas em mais um exemplo, mesmo que pontual, dessa ampla capacidade. Se essa etapa da investigação tivesse ocorrido antes do lamentável fato da menina Isabela, e da ‘propaganda’ do incidente, com certeza o entrevistado não teria feito esse tipo de associação. No entanto, quando apresentadas as imagens da campanha sobre Síndrome de Down ocorreu esse tipo de assimilação, apesar da inexistência de vínculos diretos entre os assuntos. O que deve ser observado, mesmo que de maneira restrita, é realmente a habilidade dos meios de comunicação em pautar a sociedade.

Os entrevistados que declararam não assistir novelas com grande freqüência e que portam níveis educacionais menos elevados afirmaram, na grande maioria, que não vêem sempre porque não gostam de novelas ou porque não têm tempo. Já, entrevistados com escolaridades maiores, principalmente os com curso superior, além de terem declarado uma assiduidade bem abaixo do que a dos menos escolarizados, fizeram várias outras críticas às

novelas brasileiras. Isso também demonstra a interferência da escolaridade no posicionamento crítico dos entrevistados, bem como uma diferenciação na postura deles perante esse tipo de conteúdo televisivo.

Ainda a respeito do hábito de assistir novelas e em relação às posturas adotadas, não foi constatada uma diferença muito grande entre as atitudes e comportamentos dos homens e das mulheres. Os homens que vêem novelas as absorvem com a mesma intensidade e interesses das mulheres, apesar do maior número de mulheres que declaram assiduamente acessar os folhetins. Isso reforça a idéia de que um hábito historicamente atribuído às mulheres, o de assistir, acompanhar e comentar novelas, tem sofrido modificações significativas.

Assim, o fato de os homens não terem declarado de imediato, logo que foi solicitada a participação deles no estudo, não refletiu necessariamente em diferenças marcantes nas análises posteriores efetuadas por eles, tanto no tocante às lembranças da novela Páginas da Vida como no estudo de recepção e ainda no teste de percepção. Alguns homens, inclusive, revelaram-se melhor conhecedores das tramas dos melodramas que as mulheres.

Vale, contudo, ressaltar que apesar da constatação teórica e prática de que os produtos midiáticos são produzidos para públicos pré-estabelecidos, pressupondo a existência de diferenças acentuadas entre os membros de uma comunidade ou sociedade, o que existe de fato, a telenovela brasileira, principalmente as realizadas no âmbito da Rede Globo de Televisão, detém a capacidade de atingir os mais diversos grupos e segmentos sociais, sendo assistida por indivíduos com diferenças sócio-econômico-culturais marcantes. Apenas por meio das repostas dos participantes da pesquisa já se supõe isso, o que seria também facilmente confirmado por dados mais gerais oriundos da população brasileira.

A averiguação de que quase todos os entrevistados têm uma opinião favorável à inserção de abordagens sociais em telenovela contraria uma ‘máxima’ bastante comum nos mais diversos segmentos da sociedade brasileira de que o ‘povo’ ou público telespectador quer ver na televisão aberta apenas ‘porcaria’, conteúdos sem profundidade, densidade e de qualidade duvidosa. Inclusive na investigação realizada por Souza¹⁷⁰, já haviam sido

¹⁷⁰ Souza, M. op. cit.

detectados o interesse e as defesas dos pesquisados, dos diversos níveis educacionais, por programações televisivas com conteúdos mais educativos e qualitativos. Todavia, na prática, essa vontade detectada nos espectadores não se concretiza eficazmente, haja vista, os próprios índices de audiência das TVs educacionais no Brasil em detrimento aos altos números de assistência de mensagens de cunho popularesco.

Outra constatação interessante diz respeito ao fato de os entrevistados, no geral, terem recordado muito mais das abordagens sociais do que da trama da telenovela, sendo as lembranças intensificadas na medida em que se elevam os anos de estudo. Isso vem ao encontro do posicionamento favorável à inserção desse tipo de conteúdo nos melodramas e ainda nos remete à defesa de muitos por melhores conteúdos na programação da televisão aberta no Brasil, contrariando, como já mencionado antes, a tese de que a população “gosta mesmo é de ver assuntos banais na TV”.

É importante também consideramos a proximidade entre as lembranças dos entrevistados, essencialmente os mais escolarizados, relativas às abordagens sociais de “Páginas da Vida”, com as reais inserções realizadas pela emissora no decorrer da novela. Essa aproximação pode ser vista como um forte indício da eficácia das inserções de *Merchandising Social*, tanto do ponto de vista das alterações na opinião e atitude dos indivíduos como no tocante ao incremento positivo na imagem da empresa televisiva.

Vale mencionar, entretanto, que os participantes com menos escolaridade, além de terem demonstrado mais dificuldade em lembrar das abordagens sociais, alguns inclusive não fazendo nenhuma menção nesse sentido, apresentaram argumentos que indicam uma maior possibilidade de lembranças tão somente das novelas atuais. Vejamos algumas afirmações desses entrevistados: “Lembro mais da novela que está passando no momento”; “logo que termina uma novela eu já começo a esquecer tudo”; “só me lembro mais da atual novela”. Em suma, é como se as capacidades da memória se esgotassem assim que ocorre um distanciamento da telenovela, algo que não foi percebido, com a mesma intensidade, entre os pesquisados com mais escolaridade. Vale ressaltar, entretanto, que na ótica da emissora, que veicula uma novela atrás da outra, o fato de as pessoas não lembrarem de conteúdos emitidos em títulos anteriores não consiste em algo negativo, na medida que o mais importante é a audiência dos melodramas atuais, que quanto mais altas, maiores são os interesses dos anunciantes pelos horários dos comerciais.

O fato de os entrevistados com menos escolaridade basearem os seus comentários acerca dos diversos conteúdos nas próprias imagens desses, além de incluírem normalmente nas suas falas informações diretamente relacionadas aos seus cotidianos e experiências empíricas, bem como, em contrapartida, a constatação do forte teor de racionalidade nos discursos dos participantes com mais anos de estudo, consistem em fortes indícios da interferência direta da educação formal na recepção de conteúdos televisivos, o que pode ser estendido para vários outros atos dos pesquisados.

A maior aproximação dos entrevistados, no geral, com abordagens sociais mais recorrentes na sociedade, indica claramente o encanto das pessoas em visualizar e discutir assuntos que refletem as suas realidades sociais específicas. O próprio sucesso histórico da telenovela brasileira já remete para esse fato, apesar das tramas terem focado até pouco tempo contextos mais relacionados a temas existenciais humanos — sem desmerecer a importância destes no cotidiano dos indivíduos —: amor; ódio; traição; bem; maldade; ganância. No entanto, a tendência momentânea nesse formato televisivo parece ser um constante acréscimo nas abordagens sociais.

Mesmo considerando que os assuntos relativos às abordagens sociais da novela “Páginas da Vida”, mostrados aos participantes da pesquisa uma semana atrás, poderiam não fazer parte do cotidiano nem muitas vezes do interesse deles, ficou bastante claro que os entrevistados com mais escolaridade os tinham gravados na memória muito mais do que aqueles com menos estudo.

As lembranças das Temáticas, Temas e *Merchandising* Sociais inseridos em “Páginas da Vida” foram sendo verbalizadas pelos entrevistados de maneira progressiva. Num primeiro momento, quando era solicitado de forma totalmente espontânea que eles falassem das abordagens ainda presentes na suas memórias, iam surgindo algumas poucas menções gerais, sendo mais comuns entre os pesquisados com mais anos de estudo, e na medida em que iniciavam a falar sobre o assunto começavam progressivamente a lembrar de outros conteúdos sociais ou nuances das tramas da telenovela. No entanto, quando foram mencionadas no decorrer da entrevista as peculiaridades das abordagens, cada vez mais eram trazidas para os seus discursos novas lembranças, como num efeito em cadeia. Apesar disso, nem todos os entrevistados operaram no mesmo sentido: entre os participantes menos escolarizados, a lógica das lembranças assumia uma outra direção, apenas surgiam alguns

fragmentos isolados durante as suas repostas, informações bastante soltas e desconectadas, geralmente distintas do real significado dos argumentos em questão.

O fato de os entrevistados mais escolarizados terem demonstrado conhecimentos bem mais amplos em relação aos assuntos a serem analisados no estudo de recepção: Síndrome de Down; Alcoolismo; Segurança Pública, apesar de não ter representado nenhuma surpresa para a pesquisa, com certeza interferiu na recepção e percepção das abordagens sociais analisadas na investigação. O pouco domínio dos assuntos pelos entrevistados menos escolarizados também influenciou as suas respectivas recepções e percepções, não incidindo ainda em algo inesperado. Entretanto, a incapacidade do bom entendimento das informações contidas nas abordagens sociais utilizadas na pesquisa pelos pesquisados sem instrução ou com poucos anos de estudo, mesmo não sendo inusitado, consistiu no principal material de análise da pesquisa. O que se notou durante a investigação foi que quanto mais conhecimento o entrevistado tinha sobre o assunto, demonstrado e avaliado no final da primeira fase do estudo, o qual estava atrelado ao seu respectivo nível educacional formal, maior era a capacidade dele em receber e perceber as informações contidas nas abordagens sociais analisadas.

Quanto à forma de contato com as tramas das telenovelas, mais especificamente com as abordagens sociais, deve-se levar em consideração que os processos de recepção e percepção ocorrem de maneira gradativa e progressiva. As informações contidas nas Temáticas, Temas e *Merchandising Social* são aos poucos inseridas no decorrer dos enredos melodramáticos do folhetim, em diversos capítulos, ao contrário, por exemplo, de uma notícia pontual exibida em um telejornal, quando o telespectador é confrontado repentinamente a um assunto qualquer. Desta forma, espera-se uma assimilação gradativa das informações, algo bem difícil de ser mensurado por metodologias de pesquisa tradicionais. Entretanto, quando alguns distintos pesquisados são colocados de uma só vez diante de informações editadas e controladas, o que ocorreu na fase empírica dessa investigação, torna-se mais fácil de ser observado e medido, algo que foi eficazmente realizado no processo investigativo.

Não há dúvida de que o primeiro conteúdo apresentado no estudo de recepção, campanha sobre Síndrome de Down, foi o que mais exigiu esforço dos entrevistados no momento da recepção e interpretação das informações nele contidas. Esse esforço decorreu,

em primeira instância, por causa da utilização de texto escrito no conteúdo, e ainda devido ao fato de parte das informações contidas na campanha não se demonstrarem de forma totalmente explícita, exigindo do telespectador um pouco mais de raciocínio instantâneo.

Com muito mais intensidade do que em outros conteúdos estudados, verificou-se que os entrevistados sem instrução (todos) e os com pouca escolaridade foram os que mais demonstraram não entender nada do conteúdo. Já os entrevistados mais escolarizados, principalmente os com curso superior, demonstraram entender perfeitamente o mesmo conteúdo. O que ficou bastante claro, enfim, novamente, foi a interferência dos níveis educacionais na recepção desse conteúdo.

É possível e mesmo imprescindível, após a análise dos dados coletados empiricamente, criar conceitos para os tipos característicos marcantes de telespectadores no tocante à tipologia de recepção observada no estudo.

Indivíduos sem nenhuma instrução formal e também a grande maioria dos que estudaram até a 4ª série do ensino fundamental demonstraram incapacidade em compreender os conteúdos com graus de dificuldade de entendimento mais elevados, essencialmente, a campanha sobre Down e o *Merchandising Social* sobre a segurança pública. Essa incapacidade advém tanto, e principalmente, da deficiência educacional formal quanto de uma deficiência informacional, também dependente daquela outra. Para nomear esse tipo de telespectadores criou-se o conceito, representado pelo termo ‘Tele-Analfabeto Funcional’. No sistema educacional formal é considerada analfabeta toda pessoa que não sabe ler e escrever e, como analfabeto funcional, todo indivíduo que apesar de saber ler e escrever precariamente, não consegue dar funcionalidade a um texto escrito mais complexo, ou seja, não consegue entender um texto com certo grau de complexidade. Não se pode chamar de Tele-Analfabeto o indivíduo que não consegue entender conteúdos televisivos mais complexos, na medida em que ele compreende conteúdos menos complexos, no entanto pode-se denominá-lo de ‘Tele-Analfabeto Funcional’, seguindo aqui o mesmo raciocínio do conceito presente e trabalhado em referências ao sistema educacional.

Vale lembrar que nenhum dos entrevistados sem escolaridade, e apenas alguns com poucos anos de estudo, conseguem assimilar praticamente todos os enfoques dos conteúdos

com maior complexidade, ou seja, eles não atribuem aos conteúdos significados lógicos e condizentes com as informações transmitidas nas próprias mensagens. Na maioria das vezes, eles interpretam os conteúdos, aproximando-os das suas respectivas realidades cotidianas; por exemplo: quando o conteúdo apresentado informa sobre a problemática do preconceito contra os portadores da Síndrome de Down, esses mesmos entrevistados afirmam que se está discutindo acerca da diversão das crianças; já quando está retratando na abordagem a questão da falta de segurança no Brasil, eles interpretam que a mensagem é especificamente sobre a ausência do porteiro no prédio ou apenas a respeito das intrigas da trama da novela.

Em suma, foi considerado ‘Tele-Analfabeto Funcional’ todo entrevistado que demonstrou ‘incapacidade’ em compreender conteúdos complexos ou com grau de dificuldade no entendimento mais elevado. Vale mencionar que todos os entrevistados assim denominados eram analfabetos ou cursaram apenas até a 4ª série primária; reafirmando, dessa maneira, uma das principais hipóteses do estudo, de que os níveis educacionais interferem na recepção de conteúdos televisivos.

Já entre telespectadores que estudaram de 5ª a 8ª série do ensino fundamental — e mesmo alguns poucos que o fizeram somente até a 4ª série — é bastante recorrente o fenômeno aqui conceituado como ‘Recepção Fragmentada’. O que consiste em os telespectadores entenderem apenas fragmentos do conteúdo televisivo apresentado, sem estabelecer um sentido geral ao seu respectivo texto. Vejamos um exemplo claro de Recepção Fragmentada, de nível bastante primário, no entanto facilmente identificável: um entrevistado que estudou até a 5ª série do Ensino Fundamental, quando solicitado que o mesmo falasse a respeito do conteúdo da campanha sobre a síndrome de Down, diz: “dois meninos brincando”; “o que consegui ver nas imagens?”; “dois meninos, um normal e o outro com Down”; na seqüência foi perguntado: “Quem são os dois garotos?”, ele respondeu: “Carlinhos, o outro, não sei. O entrevistado, apesar de ter mencionado que um dos meninos tinha a Síndrome de Down, não soube identificar qual dos dois era o portador: “não sei quem tinha Down, passou rápido as letras” e, finalmente, quando foi perguntado quem precisa de ajuda, respondeu ele: “não sei bem, acho que o menino com Down”.

Nesse tipo de recepção verificou-se que os entrevistados conseguem entender partes ou fragmentos de certos conteúdos, no entanto esses fragmentos não são suficientes para que eles estabeleçam um significado geral para os mesmos conteúdos, condizente, lógico, com as informações neles contidas.

A ‘Recepção Fragmentada’ em entrevistados com até oito anos de estudo foi verificada, essencialmente, nos conteúdos mais complexos, principalmente quando as informações não estavam sendo apresentadas verbalmente e de forma direta.

Quando foram mostradas imagens da novela “Páginas da Vida” relacionadas à temática da Síndrome de Down observou-se um maior entendimento das informações pelos entrevistados menos escolarizados, entretanto esse fato não interferiu nos comentários desenvolvidos por eles, os quais versaram mais sobre a trama da novela e/ ou aos textos – verbalizados oralmente, ao contrário das informações escritas presente na campanha sobre Síndrome de Down- específicos inseridos nos conteúdos. Entretanto, entre os pesquisados com anos de estudo intermediários e os mais escolarizados houve uma certa constância, tanto na recepção e percepção das abordagens como perante os discursos mais analíticos e críticos emitidos.

Também o fato da demonstração de maior proximidade dos entrevistados com menos escolaridade com as imagens da novela não refletiu ganho qualitativo nos comentários proferidos por eles. A aproximação foi bem mais visível apenas no tocante aos personagens, aos atores e às intrigas da trama.

Da mesma forma que em outros momentos do estudo, os participantes com mais anos de escola formal tiveram como principal foco durante as apresentações dos conteúdos as abordagens sociais, depositando bem menos atenção à trama da novela, que era geralmente mencionada tão somente para exemplificar as suas afirmações e posicionamentos. Enfim, notou-se um maior interesse desses pesquisados por assuntos com maiores possibilidades de racionalização, ou seja, plausíveis de comentários analíticos, críticos, menos subjetivos e passionais.

Quando foram apresentadas aos entrevistados as imagens sobre a temática do alcoolismo, obteve-se o maior interesse deles dentre todos os conteúdos analisados no estudo. Nesse caso, percebeu-se uma certa ‘intimidade’ dos portadores dos mais diversos

níveis educacionais com a problemática, apesar das mais diversas diferenciações nos posicionamentos dos participantes, já referidas em capítulo anterior. Contudo, os participantes com maior nível de escolaridade adotaram uma postura essencialmente racional perante as informações, inclusive com mais permissividade ao consumo controlado de álcool, do que os com poucos anos de estudo formal.

A apresentação do *Merchandising Social*, enfocando sutilmente a questão da segurança pública no Brasil, consistiu num momento de refinamento do estudo, quando realmente era necessária uma atenção redobrada dos pesquisados para o bom entendimento das informações. Desta maneira, notou-se que os entrevistados sem escolaridade ou com poucos anos de estudo permaneceram na periferia da mensagem, apenas entendendo e comentando as informações relacionadas à trama da novela, as quais eram mais visíveis no conteúdo. Percebeu-se uma ligação direta entre o aumento dos anos de estudo e o bom entendimento da complexidade da mensagem então transmitida, restando aos melhores escolarizados os comentários mais contundentes e abrangentes da problemática.

Sobre o teste de percepção vale mencionar que os entrevistados com mais anos de estudo, além de terem demonstrado maior capacidade em perceber e armazenar as informações dos conteúdos anteriormente apresentados, evidenciaram uma grande habilidade em articular os assuntos contemplados no estudo, bem como agregar informações externas, contundentes com seus discursos e análises. Outra constatação no decorrer do teste condiz com a maior facilidade desses participantes em se comunicar, das mais diversas formas, por intermédio do nosso idioma, o que já era esperado. Entretanto, os participantes sem ou com menos anos de estudo, além de demonstrarem dificuldade ou mesmo incapacidade em comunicar plenamente por meio do idioma, deixaram transparecer deficiências marcantes na percepção e no armazenamento das mensagens contidas nos conteúdos analisados.

Verificou-se, inclusive, que o fato de os entrevistados sem instrução ou menos escolarizados dominarem a comunicação verbal oral, não produziu alterações significativas nas suas afirmações orais sobre os assuntos pesquisados, sendo os discursos desses normalmente desprovidos de um caráter mais analítico e crítico, não somente no decorrer do teste de percepção como também durante as outras etapas da investigação.

Algo bastante marcante e significativo durante o teste de percepção, o que indica de forma clara a interferência dos níveis educacionais formais, consistiu na maneira como os diversos entrevistados optaram pelo uso da folha em branco para representar os assuntos apresentados na etapa da recepção. Enquanto os mais escolarizados iniciavam imediatamente a escrever sobre os conteúdos, sem perguntas ou dúvidas, os sem instrução ou com poucos anos de estudo demonstravam-se perplexos e encurralados, muitos em nítido ‘estado de choque’, o que produzia distintos questionamentos e dúvidas: “como assim?”, “é para escrever?”, “tem certeza?”; sanados somente depois de variadas ponderações do pesquisador.

No decorrer dos questionamentos realizados na avaliação da percepção, quando praticamente todos os participantes com menos anos de estudo apenas citavam algumas poucas e restritas particularidades dos conteúdos em análise, sem demonstrarem uma percepção ampla e adequada dos assuntos discutidos, os entrevistados mais escolarizados contemplavam nas suas respostas as diversas nuances das abordagens sociais, incluindo nos seus discursos, inclusive, relatos de outros contextos relacionados às questões em debate.

A percepção diferenciada entre os pesquisados com níveis de escolaridade formal distintos também foi mensurada no momento que era solicitado a todos os participantes que falassem — fato que colocava todos os participantes em pé de igualdade, já que todos dominam a linguagem oral — sobre os conteúdos das imagens televisivas apresentadas uma semana antes. Aos participantes sem instrução ou com poucos anos de estudo restavam breves comentários acerca das informações, geralmente distantes dos reais intuitos dos processos comunicativos específicos. No entanto, na medida que se aumentava os anos de escola dos entrevistados percebia-se um incremento significativo nas explicações dos diversos aspectos relatados nos conteúdos.

Ainda em ocasião particular do teste de percepção, fase em que foram mostradas algumas imagens fixas relativas às informações anteriormente apresentadas aos entrevistados, verificou-se distinções marcantes nas reações desses, quando levadas em conta as suas escolaridades formais, o que também aponta para diferenças perceptivas peculiares. Os participantes sem instrução ou com poucos anos de estudo continuavam afirmando, da mesma forma que em fases anteriores do estudo, no caso específico da

campanha sobre Síndrome de Down, por exemplo, se tratar de dois meninos brincando num parquinho, ou seja, geralmente proferiam comentários restritos e incoerentes, enquanto pesquisados com mais anos de escola formal davam diversos detalhes das informações contidas nos conteúdos.

Voltando o foco para questões mais gerais da investigação, vale salientar que foi constatado em vários momentos da investigação empírica que os entrevistados portadores de níveis educacionais menos elevados tendem a afirmar que gostam ou não de algumas programações, artistas e atores, bem como que concordam ou não com algo apresentado a eles e ainda que entenderam ou não, sem proferirem argumentos críticos para o gosto ou desgosto, a concordância ou a discordância, o sim ou o não. Costumam dizer: “gosto, por que gosto”; “sempre gostei”; “legal”; “concordo sim”; “não concordo”; “entendi tudo”. Já os entrevistados com níveis educacionais mais elevados, geralmente os detentores de curso superior e alguns com ensino médio, tendem a argumentar criticamente os motivos do gosto ou desgosto, da concordância ou não. Esses costumam traçar argumentos de cunho mais racionais, críticos e complexos.

Também foi possível perceber o seguinte fato: na mesma proporção em que a idade dos entrevistados aumenta, cai a porcentagem de pessoas que demonstraram entender perfeitamente os conteúdos mais complexos, como, por exemplo, a campanha sobre a Síndrome de Down e o *Merchandising* Social relacionado à segurança pública. Por que isso ocorre? Pode-se atribuir uma causa a esse acontecimento? De certa forma sim. Basta recorrermos aos dados relativos à escolarização no Brasil para verificarmos que tem acontecido uma diminuição nos percentuais de analfabetos tanto em função do maior número de indivíduos escolarizados quanto devido à morte de pessoas mais velhas e analfabetas; em suma, isso significa que o aumento da idade representa uma diminuição na escolaridade dos brasileiros como um todo, algo do mesmo modo verificado entre os participantes da pesquisa.

Vale mencionar que a maioria dos entrevistados que declararam preferir programas televisivos com conteúdos essencialmente densos e rebuscados, como o Globo Repórter ou o Jornal da Globo, mesmo às vezes assistindo a outros mais simples, tem maior escolaridade, geralmente curso superior, e também demonstrou compreender perfeitamente os conteúdos com grau de dificuldade mais elevados. Já os participantes com escolaridade

menores, que têm como preferenciais os programas de auditório, de humor e os próprios melodramas, e ainda os poucos que declararam assistir a programas como o Jornal da Globo, não conseguiram entender, portanto evidenciaram deficiências marcantes na percepção, os conteúdos mais complexos das abordagens sociais apresentadas. Isso nos leva a crer na máxima de que ‘conhecimento atrai conhecimento’, que as pessoas aproximam-se do inteligível e do conhecido, além de indicar que o fato de apenas assistir a um ou outro programa com conteúdo mais denso não determina a capacidade de compreender o conteúdo e, ainda, reafirma a premissa de que é a escolaridade formal quem mais interfere na habilidade de entendimento dos conteúdos.

Será que os entrevistados com menos escolaridade não costumam assistir a programas como o Jornal da Globo apenas porque eles dormem mais cedo? Ou porque simplesmente “não gostam”? Provavelmente não. Outros fatores também interferem nesses fatos: dificuldade em entender as mensagens; distanciamento das informações contidas nas reportagens; complexidade da linguagem utilizada. Apesar de os entrevistados da pesquisa com pouca escolaridade, provavelmente darem respostas afirmativas aos questionamentos acima, se devidamente inquiridos sobre isso, é preciso mencionar que os mesmos entrevistados, na prática, em vários momentos da entrevista, demonstraram mais apego aos conteúdos que eles realmente conseguiam compreender, além de terem geralmente apontado como favoritos os programas mais próximos das suas capacidades de entendimento. Algo realmente verificado, na prática, é que os entrevistados tendem a fugir, a afastar e a desviar atenção dos conteúdos potencialmente inelegíveis.

Embora os comentários devidamente bem elaborados, da mesma forma que as críticas mais aguçadas, tenham surgido geralmente entre os entrevistados com escolaridade elevada, foi observado, em contrapartida, que os conteúdos sem muita complexidade eram comentados por praticamente todos os entrevistados. Por conseguinte, os entrevistados com escolaridades baixas demonstraram mais familiaridade, o que evidenciou certa proximidade, com os conteúdos mais comuns e simples, ou seja, menos complexos.

Quando coincidiu que os entrevistados que deram uma resposta satisfatória à questão “O que é Síndrome de Down?”, foram praticamente os mesmos que demonstraram compreender perfeitamente o conteúdo da campanha sobre a Síndrome de Down, não

significa somente e necessariamente que o conhecimento anterior acerca do assunto determinou a assimilação do conteúdo, na medida em que a maioria dos entrevistados que entenderam o conteúdo tinham 3º grau e as informações contidas nos conteúdos eram suficientes para a sua devida compreensão. Inclusive em detrimento de muitos entrevistados com níveis educacionais mais intermediários não terem conceituado de forma apropriada a Síndrome de Down, mas entenderem e perceberem adequadamente a campanha. Já os menos escolarizados, além de não emitirem conceitos exatamente correspondentes, não conseguiram assimilar as informações contidas na mensagem sobre Down. Entretanto, de forma assertiva, esses fatos apontam para a maior capacidade dos entrevistados com mais escolaridade em entender e perceber conteúdos televisivos mais complexos, inclusive os que demandam leituras de legendas.

Apesar da presença da TV paga no mercado brasileiro há alguns anos, muitos entrevistados, principalmente os residentes nas regiões mais periféricas, sem instrução ou com níveis educacionais mais baixos, demonstraram uma certa estranheza quando questionados se tinham TV por assinatura em casa. Alguns entrevistados assumiram inclusive não saber do que se tratava “TV por assinatura”. Notou-se, também, que muitos aderiram à TV paga tão somente para melhorar a qualidade da imagem, não ocorrendo uma alteração significativa na programação assistida. Foi possível perceber, ainda, que o contato de alguns à TV segmentada se dá por meio de ligações clandestinas, os famosos ‘gatos’, algo constante em algumas regiões periféricas e pobres das grandes cidades brasileiras. Esse fato nos remete a uma discussão bastante interessante: quais as alterações ocorridas em públicos que acessam programações destinadas a outras classes sociais, distintas das suas? Considerando que as programações das TVs pagas são direcionadas às camadas sociais economicamente mais elevadas, quais as alterações ocorridas em sociedades menos favorecidas quando têm acesso as informações veiculadas?

É certo que a subjetividade interfere na recepção de conteúdos televisivos. Entretanto, na sociedade brasileira é necessário que esse conceito de subjetividade seja revisto, relativizado e contextualizado.

Pode-se até afirmar que o fato de alguns brasileiros, analfabetos ou analfabetos funcionais, receberem e interpretarem alguns conteúdos televisivos de forma bastante

diferente de outros brasileiros mais escolarizados é um exemplo claro de ‘subjatividade’. Apesar disso, quando se pensa sobre as causas das diferenças acima, deve se questionar: qual subjatividade? Seria a mesma presente numa sociedade em que praticamente todos os indivíduos dominam as mesmas gramáticas de linguagem? Com certeza não. A formação das economias psíquicas específicas, especialmente nas sociedades contemporâneas, mantém, certamente com educação formal uma relação estreita e importante. Assim, torna-se óbvio a necessidade de relativização do que entendemos por subjatividade, quando levadas em conta as nossas realidades particulares.

Por conseguinte, a incapacidade de entender alguns conteúdos mais complexos por pessoas sem instrução ou com pouca escolaridade deve ser encarada como um evento ocorrido devido a causas além da subjatividade dos indivíduos. Esse fato deve ser analisado levando em consideração as especificidades sociais, culturais e principalmente as educacionais da sociedade brasileira. Assim, constatou-se, por meio da análise das respostas dos entrevistados, ser bem mais fácil para os “Tele-Analfabetos” lembrarem que a avó da trama global rejeitou a criança com Síndrome de Down por ser simplesmente má, do que discutir as implicações sociais desse ato, também apresentadas em trechos da Telenovela.

O que se percebe, enfim, entre nós é a coexistência de um montante reduzido de pessoas bem instruídas e altamente qualificadas/ treinadas, os “cidadãos do mundo”, com um grande número de pessoas educadas de forma precária, desordenada e pouco eficiente, considerando as exigências sociais e mercadológicas atuais, com ainda um grande número de analfabetos, sem nenhum domínio dos códigos alfanuméricos do nosso idioma, e analfabetos funcionais, que, apesar de saberem minimamente ler e escrever, não conseguem interação com estruturas textuais mais complexas.

9. DADOS EMPÍRICOS À LUZ DAS DISCUSSÕES TEÓRICAS (INTERPRETAÇÃO/ REFLEXÃO)

Para iniciar as teorizações acerca dos resultados empíricos do estudo percebeu-se significativa uma discussão sobre as especificidades da ‘cultura brasileira’, que devem ser vistas como ponto de partida para qualquer investigação científica, preferencialmente as com enfoques mais humanísticos.

Devemos entender que a sociedade brasileira, além de se apresentar com uma diversidade étnico-cultural bastante expressiva, mostra-se essencialmente singular em função de variadas diferenças sociais internas. Ainda hoje, convivemos com deficiências educacionais marcantes, com a presença de uma parcela significativa da população analfabeta ou semi-analfabeta (analfabetismo funcional), temos uma das piores distribuições de renda do mundo, números assustadores de atos violentos, ineficiências no âmbito da justiça e no sistema carcerário, dentre várias outras.

Primordialmente, a “civilização nacional brasileira”, como já dizia Gilberto Freyre, deve ser vista

*como uma predominância de característicos civilizados sobre os primitivos sem que neste conjunto cultural, assinalado por tal predominância, deixe de ter importância a presença de valores e de símbolos culturais primitivos. Esse misto de valores e de expressões pode-se dizer que situa a civilização brasileira em lugar à parte das civilizações totais ou quase absolutas como civilizações modernas: as de todo alfabéticas.*¹⁷¹

Apesar de alterações significativas que vêm ocorrendo nos mais diversos âmbitos da nossa sociedade nas últimas décadas, ainda se deve, como defende Freyre, atentar-se para a

¹⁷¹ Freyre, G. **Biblioteca Educação é Cultura – Realidade brasileira**, p. 21.

interferência das singularidades dessa civilização no posicionamento dela perante outras realidades socioculturais.

Sendo assim, é preciso levar em conta essa especificidade cultural essencial, dentre outras, para se produzir análises relacionadas à sociedade brasileira. Não é viável, apesar da praxe, a transposição de teorias elaboradas a partir de contextos histórico-culturais diferenciados para interpretar diretamente fatos relativos à nossa cultura. Vale mencionar que no caso específico das teorias da recepção verifica-se uma necessidade iminente de uma teoria legitimamente brasileira, que considere, inclusive, o ‘lugar’ do nosso país no atual cenário internacional.

Focando a atenção para o campo da Comunicação Social, pode-se entender que quando Martín-Barbero, principal expoente dos estudos latino-americanos de recepção, salienta para a necessidade de ponderarmos as peculiaridades da América Latina na análise da recepção de conteúdos midiáticos, existe impreterivelmente uma aproximação do seu pensamento com a idéia expressa acima, relativa à singularidade da cultura brasileira, embora esteja a abordagem de Martín-Barbero em planos analíticos mais gerais, englobando toda uma realidade sociocultural por demais heterogênea. No entanto, o que se percebe e torna evidente é o fato de não se poder jamais simplesmente incluir o Brasil como mais uma nação latino-americana, o que na prática realmente não é, quer historicamente, culturalmente, socialmente, ou ainda em função da nossa miscigenação. Somos bastante distintos e precisamos afirmar nossas peculiaridades, primordialmente nas produções acadêmicas.

Apesar disso, dentre diversas contribuições de Martín-Barbero, deve-se atentar, de imediato, que ele eficazmente defende a existência de um “lugar” específico, delineado a partir da interferência dos mais diversos aspectos socioculturais, para todo e qualquer ato de recepção de conteúdos provenientes dos meios de comunicação. Possibilita assim, o apreço nos estudos relacionados à comunicação dos distintos fatores mediadores da recepção, oriundos das particularidades de cada sociedade em análise, de “tudo que configura a cultura cotidiana”. Argumentação também presente no pensamento de Guillermo Orozco Gómez, por meio da defesa de que os receptores constroem um sentido distinto para cada mensagem a partir dos seus contextos socioculturais particulares. Tal fato só fortaleceu a hipótese de que os níveis educacionais dos brasileiros, historicamente discrepantes,

interferem decisivamente nas interações dos receptores com os conteúdos dos meios de comunicação social, especialmente a televisão.

É importante também atentarmos para o fato de que ao estabelecer relações entre fatores mediadores da recepção de conteúdos dos *media* e culturas latino-americanas “subalternas”, Martín-Barbero aponta, enfim, para a possibilidade de novas produções teóricas condizentes com as especificidades socioculturais dos objetos em análise, o que passou a ocorrer de fato, mesmo que de forma incipiente e acanhada, no campo da comunicação social em diversos países da América do Sul, especialmente o Brasil.

No entanto, o reposicionamento do receptor, de passivo a ativo, nos atos comunicativos, sugerido e veemente defendido por Martín-Barbero, deve ser relativizado, repensado e revisto. Como já afirmado antes, após discussões relacionadas ao enfoque sociológico clássico sobre as relações entre indivíduo e sociedade, não se pode jamais atribuir uma autonomia total do sujeito (receptor), perante o social (emissor), quando, na realidade, não existe uma separação ou dissociação entre eles. O que realmente ocorre nas práticas do dia-a-dia é ora a supremacia de um e, em momento distinto, a maior preeminência do outro. Sabe-se, inclusive que, pela nossa experiência comunicacional, poucas têm sido, ainda hoje, as possibilidades tanto em determinar ‘pautas’ quanto em dar ‘respostas efetivas’ aos veículos comunicativos de grande alcance.

Retornando ao enfoque da educação, vale frisar que na experiência social cotidiana brasileira relativa ao sistema educacional, que se reflete definitivamente nas mais distintas instâncias sociais, experimentamos a convivência entre duas realidades marcantes, bem diversas e adversas: parte da sociedade ‘bem educada’ que recebe de base uma educação formal adequada, geralmente altamente especializada e comumente com melhor poder aquisitivo, em detrimento de outra bem significativa que não tem acesso a nada ou bem pouco de conteúdos educacionais formais elementares, sem podermos deixar de considerar a má qualidade da educação formal, especialmente o ensino público básico e fundamental, que chega às ‘massas’. Tanto os dados estatísticos gerais, como as informações pontuais desse levantamento empírico, demonstram facilmente esse fato bastante dramático e antidemocrático. Presenciamos o convívio, utilizando o termo de David Harvey, de uma cultura *yuppie*, dos ‘cidadãos do mundo’, globalizados, com uma parcela significativa de excluídos, quer econômica, social ou educacionalmente.

Na medida em que essa investigação científica parte da suposição de que os níveis educacionais formais são importantes e marcantes nas relações dos espectadores com os veículos de comunicação, — nesse caso, essencialmente a televisão —, tenazes mediadores da recepção, percepção e delineamento de memórias, já se leva em conta as adversidades da sociedade brasileira descritas acima. Os diversos dados coletados evidenciam, das mais variadas formas e magnitudes, a interferência do estudo formal nas lembranças de conteúdos televisivos, bem como na recepção e percepção de mensagens oriundas desse meio.

Assim, enfocando a questão da educação formal, vale dizer que as peculiaridades educacionais próprias à sociedade brasileira são significativamente determinantes, há muito tempo e mais intensamente em décadas anteriores, nas especificidades da nossa cultura, portanto, os níveis educacionais dos brasileiros podem e devem ser considerados como os principais fatores intervenientes nas mediações ocorridas na recepção e percepção de conteúdos midiáticos, o que pode promover diferenças expressivas quando comparado com outras realidades sociais adversas, como é o caso de outras culturas latino-americanas. Algo que torna emergentes, como já salientado, as mais diversas análises científicas que ponderam as nossas peculiaridades enquanto realidade social, cultural e econômica distinta.

Em outra perspectiva, por um lado, as afirmações descritas na problematização dos objetos de estudo, de que a televisão consiste no principal meio de comunicação no Brasil e que a telenovela deve ser vista como o seu produto fundamental, são facilmente certificadas e reafirmadas por meio dos dados empíricos de um estudo como este, tanto quando praticamente todos assumem assistir televisão com certa frequência, e muitos têm somente esse veículo como fonte de informação, quanto no fato de diversos dos entrevistados atribuírem extrema importância educativa às abordagens sociais inseridas em teledramas.

Analisando dessa maneira, devemos entender que os fortes traços de oralidade presentes na cultura brasileira justificam tanto a rápida expansão do sistema televisivo no nosso país, como a supremacia da televisão e do rádio diante de outros meios de comunicação que fazem uso da comunicação verbal escrita, bem como a concretização da telenovela como o principal produto, inclusive de exportação, da televisão brasileira.

Por outro lado, consiste em algo significativamente consensual, nos mais diversos âmbitos, acadêmico, político e social, o fato de os níveis educacionais formais serem

bastante importantes na definição do ‘lugar’ ocupado pelos indivíduos nas sociedades ocidentais modernas, independentemente das especificidades culturais. Esse consenso também foi significativamente evidenciado pelos participantes da pesquisa, os quais em diversos momentos do estudo apresentavam argumentos defendendo a necessidade de boa formação educacional para ‘melhorar de vida’ ou ainda lidar melhor com as dificuldades do cotidiano. Os entrevistados também demonstravam geralmente o quanto suas formações educacionais, ou as faltas delas, foram decisivas nas suas atuações profissionais e mesmo do dia-a-dia. Interessante perceber que mesmo de maneira menos formal e afirmativa, diversas argumentações dos pesquisados estão alinhadas aos teóricos que se debruçaram sobre o assunto: de que por meio da educação formal se imprimem diversos papéis dos cidadãos contemporâneos.

Outra afirmação bastante aceita, mencionada em distinto enfoque anterior, diz respeito à relação quase sempre existente entre eficiente formação educacional e melhores postos de trabalho, o que significa também, impreterivelmente, maior acesso a bens materiais e culturais, sendo o inverso, verdadeiro. Uma breve análise nos dados da primeira fase dessa pesquisa permite a constatação da premissa acima sem nenhuma dificuldade. Os participantes do estudo mais escolarizados são os que declararam ter as melhores: profissões, empregos, rendas, acesso a manifestações culturais, cursos extracurriculares, contato com mais meios de comunicação; também sendo válido o contrário para os de menor escolaridade. Podemos, também, entender essa dinâmica relação como participante primordial das nossas históricas diferenças sociais.

Alterando o enfoque, vale mencionar que uma argumentação de Paulo Freire, de que os indivíduos tendem a despertar maior atenção e fascínio pelos assuntos mais próximos das suas realidades, em suma, mais legíveis e úteis, é bastante significativa para entendermos diversas reações dos entrevistados, o que foi captado em diversos momentos desse estudo. Os pesquisados demonstraram nitidamente mais interesse e apego pelas imagens e informações que eles facilmente entendiam, traçando de imediato diversos comentários, sendo o inverso verdadeiro. O que também foi percebido inclusive quando eles indicavam como os programas preferidos, aqueles que geralmente transmitiam conteúdos mais acessíveis e inteligíveis. Quando, entretanto, os participantes, principalmente os menos escolarizados, eram colocados diante de contextos mais difíceis

de serem lidos e assimilados, como no caso da campanha sobre Down, além deles não fazerem muitos pronunciamentos a respeito, tentavam desviar o assunto para outras questões e os aproximavam das suas realidades cotidianas.

Pensando especificamente nos dados relativos às lembranças da telenovela “Páginas da Vida”, vale salientar que o fato de os entrevistados sem instrução e com menos anos de estudo não terem recordado as informações ligadas a problemáticas sociais, nem feito separações entre as abordagens sociais e trama melodramática, condiz com os pressupostos teóricos de que é na mente ou memória, onde necessariamente já foram armazenadas informações diversas, que se buscam argumentos para as lembranças; resta questionar entretanto se esses pesquisados teriam previamente compreendido e assimilado adequadamente os conteúdos com as discussões sociais. Analisando detalhadamente os resultados das lembranças desses participantes pode-se afirmar que os conteúdos não foram precisamente recebidos e percebidos.

Movendo um pouco a perspectiva analítica e remetendo-se a Bergson, que valoriza fatores individuais e subjetivos nas análises relacionadas à memória — como já mencionado —, e afirma que existem mecanismos cerebrais para buscar nos arquivos da memória apenas informações úteis para um determinado momento, que na prática esclareça situações presentes. Percebe-se que no instante em que os entrevistados foram individualmente estimulados a lembrar, ou seja, tornar conscientes, informações já potencialmente absorvidas no momento que assistiam à telenovela, mais especificamente às abordagens sociais, ocorreram impreterivelmente reações adversas entre os pesquisados na busca, ou mesmo ‘escaneamento’, pensando no exercício de visualização dos arquivos cerebrais, das informações na memória, que indicam tanto diferenciações no ato da recepção dos conteúdos quanto na possibilidade de estabelecer relações dos conteúdos com os questionamentos da entrevista. Em suma, considerando as reações adversas, foi verificado um incremento nas lembranças mais coerentes com as informações veiculadas pela novela na medida em que se aumentavam os anos de estudo dos entrevistados. Em outros momentos do estudo, entretanto, quando os participantes foram confrontados com fragmentos das abordagens sociais, para uma averiguação da recepção e percepção, também se constatou a interferência dos níveis educacionais nas leituras e assimilações dos

conteúdos, quando necessariamente os entrevistados deveriam buscar na memória atributos para tais exercícios.

Além do mais, deve-se apreciar na análise dos resultados dessa investigação, o fato de a memória humana apresentar-se dividida em dois sistemas distintos e heterogêneos: ativo e a longo prazo. O que implicou, conseqüentemente, em um exercício árduo para os entrevistados, em lembrar e discutir assuntos veiculados há algum tempo, o que poderá estar presente apenas na memória mais distante dos pesquisados. Esse fato também foi importante para se averiguar a interferência dos níveis educacionais nas interiorizações e compreensões, bem como e principalmente, nas lembranças das abordagens sociais então veiculadas meses atrás. Percebeu-se, contudo, apesar de não se poder demonstrar empiricamente a logística do acontecimento, que muitos entrevistados, especificamente os sem instrução ou menos escolarizados, não demonstravam sequer uma remota lembrança de diversos assuntos discutidos nas abordagens sociais da telenovela, o que pode indicar ausência desses na memória, quer ativa quer a longo prazo.

Vale mencionar, todavia, que todos os entrevistados foram expostos às mesmas condições de investigação e que enquanto os mais escolarizados evidenciavam ter acesso às informações veiculadas pela telenovela há algum tempo com mais facilidade e tranqüilidade, outros, sem ou com menos anos de estudo, não conseguiam o feito ou o faziam com restrições marcantes. O que em parte significou, na prática, um maior domínio dos pesquisados, com mais anos de estudo, no resgate na memória de assuntos anteriormente contatados, sem levar em consideração a mensuração da assimilação e compreensão. Fato também percebido na recepção e percepção dos conteúdos apresentados no estudo, quando esses participantes apresentaram maiores capacidades de entendimento e fixação.

Direcionando a análise à problemática da percepção, sabe-se que o ato perceptivo, apesar das diversas interferências do social nele, inclusive no caso desse estudo, os níveis educacionais que fazem parte da sociedade brasileira como um todo, consiste, por fim, num ato individual e até mesmo bastante subjetivo. É por meio de uma economia psíquica específica que cada indivíduo percebe todas as informações à sua volta. Desta forma, tanto a opção por testes de percepção individuais quanto a apresentação de dados que levam em conta os níveis educacionais dos indivíduos estudados, estão em harmonia e convergência

com a real individualidade dos atos perceptivos. Os resultados do estudo, por meio de diversos dados que apontam a interferência direta e irrestrita da escolaridade, que apesar de definida e delineada socialmente é concretizada por meio de experiências individuais e subjetivas, na percepção das abordagens sociais também condizem com a premissa acima acerca da subjetividade e particularidade dos atos perceptivos.

Uma afirmação de Orlandi de que “Há um leitor virtual inscrito no texto. Um leitor que é constituído no próprio ato da escrita”¹⁷² é bastante significativa para analisarmos alguns dados coletados na pesquisa, além de ser útil para refletirmos sobre as informações inseridas nas programações televisivas brasileiras. Pode-se concluir, portanto, que existe a possibilidade de num texto difundido por um conteúdo televisivo específico saber qual tipo de leitor terá acesso a ele com mais facilidade, ou seja, ter noção apropriada de qual categoria de espectador fará melhor leitura ou será diretamente atingido. Os dados resultantes desta pesquisa demonstraram, por exemplo, que os textos mais complexos dos conteúdos televisivos são mais facilmente legíveis por entrevistados com maior escolaridade. Entretanto, percebendo as discrepâncias educacionais da sociedade brasileira, ocorre um impasse: são poucos os conteúdos que atingirão eficazmente todos os leitores. No ato da emissão de informações, esse fato deverá ser ponderado para se minimizar os ruídos nas transmissões de mensagens. Na programação geral televisiva se vê nitidamente a consideração da diversidade de ‘leitores’ que forma os espectadores, quando se verifica que os conteúdos do Jornal Nacional, que vai ao ar em horário nobre das 8h, com grande e diversificado público, tanto privilegiam uma linguagem mais simples como selecionam assuntos menos complexos, já as matérias do Jornal da Globo, que é transmitido tarde da noite, para pessoas de classes mais privilegiadas, econômico-sócio-educacional-culturalmente, apresentam textos mais densos, rebuscados e informações mais sofisticadas e intrincadas.

Enfim, qual o real significado da constatação acima? Percebe-se que a emissora já define previamente o público que quer atingir com cada programa transmitido; em suma, às 20h:00 existem muitos analfabetos e analfabetos funcionais em frente à televisão, então, não se veiculam muitas reportagens complexas, que dificultariam o entendimento delas por muitos telespectadores. Entretanto, quando analisados os resultados dessa investigação, não

¹⁷² Orlandi, E. op. cit. p. 9.

se pode dizer que essas preocupações de definir os leitores previamente têm ocorrido em todos os conteúdos, como é o caso das abordagens sociais e da campanha sobre Down. Provavelmente, nesses casos o interesse era atingir tão somente um grande número de espectadores e não sua totalidade.

Outro aspecto peculiar à nossa especificidade cultural a ser vinculado com os resultados desta investigação diz respeito ao fato de que grande parte dos brasileiros costuma estabelecer relações estreitas de proximidade nas suas relações sociais cotidianas, inclusive com os santos¹⁷³, vale ponderar que esses atos de relações estreitas, apesar das distâncias físicas e espaciais, também se estendem à prática específica de assistência às novelas no geral, basta levarmos em consideração as audiências e repercussões desse gênero televisivo. Atos de aproximação esses, bastante percebidos no decorrer do estudo, principalmente entre os participantes com menos escolaridade: na prática, é como se os atores e personagens fossem amigos próximos ou mesmo membros das suas famílias, assuntos a serem abordados, tratados e debatidos entre amigos e familiares, num fórum essencialmente íntimo.

Com os laços entre os dados empíricos e as teorias utilizadas na pesquisa, proporcionados com as análises acima, facilitaremos a elaboração e escrita, bem como a leitura, das conclusões finais da investigação, as quais serão apresentadas no decorrer do item subsequente. Contudo, como se espera de qualquer trabalho acadêmico, muitas das maiores 'riquezas' da investigação encontram-se presentes no decorrer dos capítulos, e não somente nas suas conclusões.

¹⁷³ Sobre esse assunto ver, dentre outros: Freire, G. **Casa Grande e Senzala**; Ribeiro, D. **O Povo Brasileiro**.

10. CONCLUSÕES FINAIS

Nessas últimas páginas serão apresentadas as principais conclusões da pesquisa, sem deixar de ponderar que diversas afirmações, bem como descrições, no decorrer da tese já podem ser consideradas conclusivas, na medida em que se valoriza todas as partes da investigação e não somente as finalizações.

No entanto, uma conclusão imediata, direta e resumida, a qual inclusive confirma diversas hipóteses da investigação e pode até ser apreciada como a principal tese do estudo, após as descrições e as análises dos dados coletados, assumiria o seguinte formato: os níveis educacionais formais interferem na memória e nas lembranças de conteúdos de telenovela, são importantes mediadores da recepção de conteúdos televisivos, além de intervirem na percepção e armazenamento das informações. Contudo, essa conclusão sintetizada requer, impreterivelmente, diversos desdobramentos e considerações, o que apresentaremos a seguir.

De fato, foi observada uma certa homogeneidade entre as respostas e posturas dos entrevistados pertencentes a um mesmo nível educacional em todas as etapas da investigação e uma homogeneidade, quase absoluta, na capacidade de lembrança, entendimento, percepção ou não, dos conteúdos entre os entrevistados mais escolarizados e os menos escolarizados e analfabetos.

Por meio da análise dos dados empíricos e com o respaldo das discussões teóricas, concluiu-se também que o nível educacional interfere tanto na diversificação dos meios de comunicação em que se buscam informações cotidianas quanto na escolha dos programas a serem assistidos pelos telespectadores, interfere muito na forma de os espectadores traçarem comentários e críticas acerca das programações e conteúdos televisivos e interfere ainda, de forma extrema, na capacidade de os consumidores de informações da TV entenderem e interpretarem seus conteúdos.

É certo que a amostra não-probabilística estabelecida nesta pesquisa não representa exatamente a sociedade brasileira. No entanto, devido aos procedimentos metodológicos adotados, é possível apontar que as conclusões aqui emitidas, provavelmente, não sofreriam muitas alterações se a amostra adotada tivesse sido probabilística, quando todos os brasileiros, acima dos 18 anos e que assistiram à telenovela “Páginas da Vida”, teriam a mesma chance de participarem do estudo. Na realidade, apesar dos resultados positivos, esta pesquisa consiste num passo inicial para outra (s) pesquisa (s) mais abrangente (s) a ser (em) desenvolvida (s) no futuro.

Conseqüentemente, não é possível afirmar de forma categórica que todos os brasileiros, pertencentes aos distintos níveis educacionais, reagiriam da mesma forma que os nossos entrevistados. Entretanto, é possível supor que sim. Principalmente a partir da análise dos resultados, com tendências absolutas quando cruzados com a variável ‘nível educacional formal’.

Vale ressaltar, porém, que a possibilidade da consideração e uso do conceito de estratificação social e a afirmação de que os níveis educacionais formais são decisivos na definição da estratificação social brasileira, é realmente viável supor, mesmo que de maneira hipotética, que os brasileiros, no geral, respeitando enfim os seus níveis educacionais formais, reagiriam do mesmo modo que os entrevistados nesta pesquisa, perante os conteúdos apresentados.

Nessa investigação particular, no entanto, foi contundente a possibilidade de verificar exclusivamente as lembranças, as atitudes, os comportamentos e a capacidade de entendimento e percepção dos entrevistados, de diferentes níveis educacionais, perante alguns conteúdos televisivos, mesmo que numa amostra pequena. Essa idéia, apesar das dificuldades surgidas no percurso, consistiu, na realidade, num fio condutor para todo o estudo, agora já desenvolvido e concluído.

Especificamente, em relação à memória e às lembranças da telenovela “Páginas da Vida” conclui-se que enquanto as abordagens sociais consistiram nos conteúdos mais lembrados por parte significativa dos entrevistados, especialmente os mais escolarizados, as intrigas, idas e vindas dos personagens ganharam mais espaços nas recordações dos participantes sem ou com menos anos de estudos. Apesar disso, ficou bastante nítido um

incremento na capacidade de articulação do pensamento, bem como na produção de comentários críticos, na medida em que ocorria uma elevação nos anos de estudo dos pesquisados. Assim, não resta dúvida de que os níveis educacionais dos entrevistados influenciaram decisivamente nas lembranças, bem como na memorização das informações veiculadas na telenovela; constatação que auxilia na comprovação de algumas das hipóteses do estudo. Os mais diversos detalhes dessa interferência estão descritos em capítulos anteriores.

Outra constatação nessa primeira fase da pesquisa, levantamento das lembranças, já apontada por meio dos dados empíricos, diz respeito à maior distinção entre a trama da novela e as abordagens sociais pelos entrevistados com mais escolaridade. Em contrapartida, os participantes sem instrução ou com poucos anos de estudo, além de não terem feito muitas menções às abordagens sociais, não produziram diferenciações entre os dois conteúdos no decorrer das suas declarações.

O que se averiguou nitidamente, ainda, perante esse enfoque inicial, foi uma diferença marcante entre os comentários e/ou críticas formuladas acerca dos conteúdos com baixo grau de dificuldade no entendimento; e também, que o posicionamento crítico mais aguçado é crescente assim que se aumenta o número de anos de estudo. Verificou-se, por exemplo, que as pessoas com menos anos de estudos que afirmaram concordar e gostar das abordagens sociais em telenovela, apreciam por motivos do tipo: “são muito importantes”, “aprende-se muita coisa”, “deixa a gente mais sabido”. No entanto, quando se elevam os anos de estudo, entre os participantes com nível educacional entre 5^a a 8^a série do ensino fundamental, e alguns com ensino médio, que também mencionaram pontos positivos a inserções de problemáticas sociais nas novelas, traçaram comentários mais contundentes, como: “são importantes para esclarecer a população sobre diversos assuntos”; “forma de mostrar às pessoas o que ocorre na sociedade”; “legal, serve principalmente para os que têm preconceitos, esclarece”. Já os pesquisados com curso superior e parte significativa dos com ensino médio, traçavam comentários bem mais abrangentes sobre as abordagens sociais: “interessante, ajuda as pessoas refletirem sobre os temas. Pode inclusive ser educativo”; “muito bom, importante para mudar as opiniões, atitudes e comportamentos”; “são de suma importância para auxiliar na educação das pessoas, apesar de ter dúvida sobre a eficácia perante as populações mais carentes”.

Já diante dos conteúdos com maior teor de complexidade, apenas os entrevistados com escolaridade avançada traçaram comentários objetivamente argumentativos e críticas mais aguçadas. Aos entrevistados sem instrução e com poucos anos de escola formal restou a falta de assimilação e as interpretações adversas às informações reais contidas nos diversos conteúdos.

Ficou claro, do mesmo modo, na tabela 1 do capítulo 7, com a descrição dos dados empíricos, que na proporção que aumenta o nível educacional dos entrevistados ocorre uma maior diversificação nos meios de comunicação em que eles geralmente buscam informações no cotidiano. A principal, e mesmo única, fonte de informação de entrevistados sem instrução ou com pouca escolaridade é a televisão. O fenômeno complicador não se resume unicamente no fato de a televisão ser a única fonte de informação, mas sim no evento de nem todos os indivíduos estarem aptos a lerem e entenderem todos os conteúdos emitidos por esse meio de comunicação.

Também foi possível observar que a faixa etária dos entrevistados influencia na recepção e percepção de conteúdos televisivos, mesmo que de forma sutil. Apesar da idade não ser tão marcante quanto a escolaridade, alguns entrevistados com mais idade, principalmente os acima de 50, e do mesmo nível educacional de outros participantes com menos idade, quase sempre demonstraram mais dificuldades em entender e perceber os conteúdos. Entretanto, vale salientar que os pesquisados com mais idade também costumam apresentar menos anos de estudo, reafirmando a lógica perversa da redução do número de analfabetos no Brasil anteriormente relatada. A despeito disso, tal fato relacionado à faixa etária, isoladamente, não se mostrou tão significativo a ponto de interferir ou modificar as premissas e conclusões da pesquisa.

É possível afirmar que a orientação religiosa dos entrevistados interfere na escolha e na aprovação ou não de programas televisivos. Entretanto é viável dizer que a mesma orientação religiosa não influencia significativamente a capacidade de entendimento e interpretação de conteúdos televisivos. Entrevistados seguidores de religiões diferentes e com o mesmo nível educacional costumam demonstrar total semelhança na capacidade de assimilação e interpretação de conteúdos. Independentemente da orientação religiosa, portadores de níveis educacionais mais elementares, por exemplo, evidenciaram

incapacidade ou bastante dificuldade na recepção e percepção de conteúdos com grau de dificuldade médio e alto.

Não foi observada nenhuma interferência do gênero dos entrevistados na capacidade de entendimento dos conteúdos televisivos, tão pouco na percepção dos mesmos. Entretanto, pode-se afirmar que o fato de ser homem ou mulher intervém, de certa forma, na escolha dos programas. A preferência por certos programas entre os integrantes do sexo masculino e feminino são geralmente divergentes. Enquanto mais homens do que mulheres escolhem futebol, por exemplo; mais mulheres do que homens preferem novelas ou programas com conteúdos mais direcionados às questões domésticas e aos cotidianos familiares.

A profissão dos entrevistados não pode ser tida como fator que interfere na recepção e percepção dos conteúdos. Não foi percebido, por exemplo, que indivíduos sem instrução ou com pouca escolaridade, mas com profissões diferentes, recebessem de forma diferenciada os mesmos conteúdos. Esse evento também não foi observado entre os pesquisados mais escolarizados, e nem mesmo entre os participantes com escolaridades medianas pôde-se afirmar que a profissão intervém na recepção e percepção.

Também não foi possível visualizar uma relação direta entre o fato de o participante ter feito cursos extracurriculares e a capacidade do mesmo entrevistado em entender e perceber os conteúdos. No entanto, percebeu-se que os pesquisados com mais escolaridade foram os que mais declararam haver feito cursos fora da escola formal. Cursos com teores mais específicos e sofisticados, geralmente relacionados às áreas profissionais consagradas e reconhecidas, inclusive os mais inusitados, são experiências restritas aos participantes com maiores níveis de escolaridade.

Outro fator também verificado é que quanto mais os entrevistados demonstraram entender e perceber alguns conteúdos específicos, mais eles apontaram previamente os mesmos tipos de conteúdos como preferidos. Em decorrência disso, foram poucos os pesquisados sem instrução e com nível educacional elementar que afirmaram assistir e gostar, por exemplo, do Jornal da Globo ou ter gostado da campanha sobre Síndrome de Down, conteúdo, nessa pesquisa, pouco legível para esses participantes. Já os entrevistados com maior escolaridade freqüentemente apontaram os conteúdos mais

complexos como os preferidos, bem como as fontes dessas espécies de informações. Em suma, o que se averiguou foi uma certa rejeição por parte dos entrevistados, principalmente entre os sem ou com poucos anos de estudo, de praticamente tudo que não se apresentou legível ou inteligível a eles.

Essa constatação já foi também devidamente observada por Paulo Freire, apesar da distinção dos fatos analisados, por meio da afirmação de que os indivíduos tendem a despertar maiores interesses pelos assuntos mais próximos das suas realidades, em suma, devidamente legíveis e úteis. De certa forma isso foi percebido no decorrer dessa pesquisa. Os entrevistados demonstraram mais interesse pelos conteúdos com maior condição de legibilidade e essencialmente próximos dos seus ‘cotidianos’, o mesmo ocorrendo com a declaração dos programas preferidos.

Em suma, o que se pode afirmar com os resultados dessa pesquisa, a respeito da constatação logo acima é que a recepção, bem como a percepção de muitos conteúdos televisivos estão diretamente associados aos níveis de habilidades cognitivas dos entrevistados, determinados essencial e principalmente pelos seus níveis educacionais formais específicos, fato cada vez mais constatado nas sociedades ocidentais, como é o caso do Brasil. Fica subentendido aqui, algo já apontado por diversos estudiosos da questão, que é, geralmente, na escola formal onde os indivíduos mais desenvolvem as suas habilidades cognitivas.

O que se conclui, ainda, é que muitos cidadãos brasileiros são incapazes de entender diversos conteúdos emitidos pela televisão, devido, principalmente, à interferência de uma deficiência histórica no sistema educacional oficial. Deficiência essa que tem deixado muitos brasileiros sem receber nenhuma instrução formal ou recebendo um ensino deficitário e insuficiente. Apesar de a televisão se utilizar pouco da linguagem verbal escrita nas suas transmissões, consistindo num veículo basicamente centrado na oralidade e na comunicação visual, os resultados desta pesquisa demonstraram, mesmo assim, que muitos telespectadores podem ser considerados “Tele-Analfabetos Funcionais”, na medida em que não conseguem dar funcionalidade a diversos textos televisivos, essencialmente os com maior teor de dificuldade de compreensão e aqueles com informações textuais escritas

e que, outros telespectadores, praticam a “Recepção Fragmentada”, quando entendem apenas fragmentos desconectados de muitos conteúdos acessados.

Entretanto verificou-se, de forma assertiva e recorrente, que essas maneiras diferenciadas de apreensão de conteúdos televisivos, apontam para uma constante, bem como maior capacidade dos entrevistados com mais escolaridade, em entender e perceber conteúdos televisivos com maiores complexidades, inclusive os que demandam leituras de legendas e/ou interpretações aguçadas.

Vale lembrar que esses dois conceitos formulados nessa pesquisa, “Tele-Analfabeto Funcional” e “Recepção Fragmentada”, refletem de certa forma a lacuna existente no sistema educacional brasileiro. Eles indicam inclusive o fato de que a deficiência no ensino formal não se restringe simplesmente ao analfabetismo propriamente dito, quando se percebe que os semi-analfabetos e os analfabetos funcionais também apresentam, bem como estabelecem, diversos problemas nas relações sociais e, impreterivelmente, nas interações com os meios de comunicação. Os indivíduos que praticam a “Recepção Fragmentada”, normalmente detentores de séries do ensino fundamental, podem ser diretamente relacionados com as pessoas portadoras de uma deficiência específica na formação educacional, que denominamos Analfabetismo Funcional, que não conseguem estabelecer funcionalidade a textos mais complexos. Já os indivíduos avaliados como “Tele-Analfabetos Funcionais” nesta pesquisa são os mesmos que chamamos de analfabetos ou semi-analfabetos.

A recepção e percepção diferenciadas de conteúdos televisivos, verificadas nesta pesquisa, levando em consideração os níveis educacionais dos entrevistados, não devem ser equiparadas à recepção, interpretação e assimilação, de diversas naturezas, diferenciadas devido à pura e elementar ‘subjetividade’ e ‘economia psíquica’ dos indivíduos. É sabido que indivíduos podem receber e interpretar de forma diferente e até mesmo oposta um mesmo conteúdo, devido suas subjetividades, no entanto, o que foi percebido nesta investigação acadêmica é que muitos entrevistados não conseguem ler, entender, interpretar e perceber certos conteúdos, tanto devido a um déficit na aprendizagem do código escrito de linguagem, quanto a uma deficiência nas habilidades cognitivas (provocada de certa forma pela falta da educação formal), além de uma ‘defasagem informacional’, entre

indivíduos de vários níveis educacionais (principalmente entre os sem instrução e menos escolarizados).

Na sociedade brasileira, o grau de compatibilidade/incompatibilidade no ato da recepção e percepção das mensagens em oferta pelos meios de comunicação se definiria não necessariamente pela subjetividade em si, mas dar-se-ia sim por fatores relacionados às diferenças sócio-econômico-educacionais. Alguns indivíduos, analfabetos e/ ou portadores de níveis educacionais menos elevados são privados, em primeira instância, de uma “gramática básica”, que viabilizaria a recepção, a leitura e a percepção adequada de muitas mensagens veiculadas em alguns veículos de comunicação. Além disso, deve-se considerar que outros indivíduos, devido a fatores socioeconômicos, também são diversas vezes privados do acesso às informações veiculadas nos *media*. Enfim, vivemos numa sociedade repleta de desigualdades, as quais refletem e refratam das mais variadas maneiras, inclusive no acesso e entendimento de conteúdos televisivos.

A teoria da recepção ‘brasileira’, que ainda poderá incorporar a temática da percepção, deverá levar em conta tanto os diferenciados públicos consumidores dos *media* quanto a diferenciada difusão dos próprios meios de comunicação na sociedade. Ou seja, é imprescindível a definição de quais brasileiros parte a análise: dos “alfabetizados”; dos “não alfabetizados” ou ainda dos “analfabetos funcionais”. O ‘eu’ e o ‘nós’ assumem proporções diferentes se ponderadas estas especificidades.

O fato de indivíduos dos mais diversos grupos e segmentos sociais terem acesso aos conteúdos das telenovelas, o que contraria a prática normal da produção direcionada de diversos outros produtos midiáticos, não representa semelhanças nas posturas perante a assistência, bem como nas atitudes críticas diante dos conteúdos, algo bastante verificável por meio dos dados empíricos deste estudo, os quais apontaram para um incremento significativo nas críticas, bem como no entendimento, na medida que se aumenta a escolaridade.

Analisando os resultados gerais da investigação, entende-se que seria mais fácil comprovar as hipóteses desta pesquisa se tivesse ocorrido uma opção por entrevistar os dois extremos dos níveis educacionais, sem instrução e 3º grau de instrução – como fizeram na pesquisa, já mencionada, da rede Sarah – entretanto, este estudo deixaria de averiguar a

respeito das camadas medianas de escolaridade, o que se apresentou mais difícil, porém bastante interessante. A reação dos dois extremos dos níveis educacionais já era prevista e esperada, no entanto resultados significativos surgiram também entre os entrevistados com escolaridades exclusivamente medianas, a saber, a constatação da recepção fragmentada.

Ainda averiguando os dados da pesquisa, um provável questionamento tomaria o seguinte formato: seria normal que os indivíduos com níveis educacionais elementares não consigam formular discursos coerentes e claros? Isso não pode ser concebido como totalmente verdadeiro. Esses mesmos indivíduos com escolaridades menores comentam, com extrema coerência e clareza, conteúdos diretamente relacionados à trama da telenovela. As análises conclusivas do estudo demonstram que o problema não consiste na capacidade ou não de formular discursos coerentes e claros, está sim na dificuldade de leitura e assimilação de alguns conteúdos, além da falta de posturas críticas por parte dos menos escolarizados. O que se notou, enfim, foi a dificuldade ou incapacidade de alguns indivíduos sem ou com poucos anos de estudo em discutir conteúdos mais complexos, em decorrência, primordialmente, do fato dessas informações serem para eles ilegíveis, visivelmente percebidas para os mesmos como destituídas de sentido.

Vale salientar que apesar das abordagens sociais, como *Temáticas*, *Temas* e *Merchandising Social*, inseridas em telenovela serem tidas como “Comunicação de Risco”, já que não se sabe de antemão o sucesso ou não, principalmente do ponto de vista da apreensão, percepção e assimilação adequada das informações desse tipo de conteúdo, não se pode negar a eficácia, enquanto formato específico de muitas das inserções dessa natureza na sociedade brasileira na medida em que é muito bem-aceito por todos. Os efeitos particulares de cada assunto consistem, no entanto, em objetos de investigação.

Entretanto, não se pode deixar de considerar que o fato de a Rede Globo há alguns anos ter tornado uma constante a inserção de abordagens sociais em telenovelas, especialmente nas do horário “das 8”, está diretamente relacionado com um movimento bastante presente no mercado comercial das últimas década: o *Marketing Social*. O mundo empresarial tem percebido que atuações políticas e práticas, que demonstrem a Responsabilidade Social das suas corporações, por meio de estratégias e planejamentos mercadológicos, possibilitam retornos satisfatórios nas imagens da empresa ou produto, podendo produzir incrementos nas vendas e nas fidelizações. Dessa forma, jamais se deve

atribuir a decisão da Emissora de televisão em inserir questões sociais apenas a uma ação social de benevolência, mas sim, impreterivelmente, como uma estratégia bem orquestrada de mercado.

No tocante às possíveis mediações atuantes no ato da recepção e percepção de abordagens sociais, Temáticas, Temas e *Merchandising Social*, não foi constatado ‘imediatamente’ interferências de outras além do nível educacional. Não se percebeu, por exemplo, que o fato de um entrevistado ser casado causasse uma diferenciação marcante no momento da recepção e percepção dos conteúdos, da mesma forma que a profissão do participante, tomando outro exemplo. No entanto, apenas a idade dos pesquisados apontou uma certa influência nos resultados do estudo, o que não deve ser levado muito em apreciação devido à verificação de que um aumento na idade significa, diretamente, uma diminuição nos anos de estudo. Entretanto, a interferência, ou mediação, dos níveis educacionais na recepção e percepção, bem como nas lembranças, consistiu num acontecimento visível e freqüente; como já demonstrado em diversas passagens deste texto.

Após tudo que já foi apresentado e discutido anteriormente torna-se pertinente que se confirme as principais hipóteses da pesquisa, a saber:

A recepção e a percepção, bem como as lembranças, de vários conteúdos emitidos pela televisão dão-se de forma diferenciada entre indivíduos com níveis educacionais diferentes;

Pessoas com níveis educacionais elementares apresentam dificuldades marcantes, divergentes das dos mais escolarizados, na recepção e percepção de conteúdos televisivos em função de deficiências nas suas economias cognitivas oriundas da falta de aquisição de conhecimentos do ensino formal;

No geral, indivíduos com níveis educacionais mais elevados tendem a assumir uma postura crítica essencialmente aguçada perante os conteúdos emitidos pela televisão do que indivíduos com níveis educacionais mais baixos ou sem instrução.

Vale mencionar que os diversos questionamentos fundamentais da pesquisa, emitidos em partes distintas da tese, foram respondidos tanto pontualmente no decorrer do texto, em diversos momentos, como na parte destinada às conclusões, e, inclusive por meio da apresentação de resultados empíricos.

A conclusão peculiar dessa pesquisa de que indivíduos com mais escolaridade são potencialmente mais críticos já era esperada, a mesma consistiu numa das hipóteses dessa investigação científica. A conclusão de que a recepção, leitura e a percepção de vários conteúdos televisivos dão-se de forma diferenciada entre indivíduos com níveis educacionais distintos também já era esperada. Já a conclusão de que alguns indivíduos são incapazes de entender certos conteúdos devido às próprias deficiências educacionais deles é algo a ser discutido e pensado. Em decorrência dessa afirmativa, novos questionamentos podem surgir. Sendo assim, vê-se a necessidade de mais reflexões e pesquisas sobre esse enfoque.

De qualquer forma, pode-se afirmar com segurança que a recepção, bem como a percepção, dos conteúdos então apresentados no estudo, sofreram significativas interferências dos níveis educacionais formais dos entrevistados, da mesma maneira que as lembranças das Temáticas, Temas e *Merchandising* Sociais também demonstraram tal mediação.

No Brasil, enquanto pessoas de muitas cidades pequenas do interior “lutam” para receber imagens da televisão aberta com nitidez razoável, coisa que nem sempre acontece, outros assistem televisão pela Internet, ou assinam a TV paga, com uma vasta gama de canais nacionais e estrangeiros. Em muitas cidades, só as imagens da TV Globo são recebidas com qualidade razoável. “O SBT só consigo vê à noite, e mesmo assim tenho que ficar às vezes mudando a antena de posição, mexendo lá fora o tempo todo”¹⁷⁴. Além das imagens sem nitidez, muitos indivíduos são incapazes de entender diversos conteúdos emitidos pela televisão, outros compreendem apenas fragmentos de alguns conteúdos. Na realidade, esses são apenas alguns dos diversos resultados do histórico processo de deficiência do sistema educacional no nosso país; da mesma forma que outros abordados e levantados nesta tese.

Mudando de perspectiva e abrindo espaço para novas reflexões, levando em consideração tanto os resultados desta pesquisa quanto a histórica deficiência educacional de muitos brasileiros, tornam-se latentes algumas inquietações. Vivemos num sistema realmente democrático? Será que todos os brasileiros exercem verdadeiramente a tão

¹⁷⁴ Torno aqui minhas palavras o que disse uma das moradoras de Camocim de São Félix/PE.

proclamada ‘cidadania’? Podemos afirmar que na sociedade brasileira muitos indivíduos não alcançaram nem o “status” de “cidadãos” — exercício pleno de direitos e deveres —, na medida em que não compartilham de uma das gramáticas básicas (linguagem escrita), essencial para a vida social ‘moderna’ (analfabetos¹⁷⁵) e/ou não conseguem desenvolver uma leitura funcional de um texto escrito (analfabetos funcionais¹⁷⁶)?

De nenhuma maneira existe, aqui, o intuito de encontrar respostas para as inquietações acima, da forma que foram respondidas as diversas questões expressas nesta pesquisa. A idéia é que elas, nesse momento final do texto, estimulem novas reflexões sobre os assuntos então tratados. Vale ressaltar que em muitos casos as reflexões são mais importantes que as próprias respostas. Até porque as respostas surgidas a partir de reflexões costumam ser mais corretas e devidamente bem formuladas.

Infelizmente, o que pode ser previsto é que caso não ocorram mudanças significativas no sistema educacional, alterações que deverão refletir no campo da comunicação social, a sociedade brasileira corre o risco de construir um sistema de ‘castas’ — série de coisas ou elementos com as mesmas qualidades ou características —. O que é mais drástico, ‘castas’ invisíveis e sutis, delineadas graças às diferenças nas habilidades cognitivas. O ‘domínio’ assume, primordialmente, dimensões mentais.

O certo é que, apesar das respostas encontradas com esta investigação, as discussões aqui realizadas não se esgotam com a finalização desta tese — a qual consiste no início de um processo—, nem mesmo estão sendo apresentadas de forma completa e finita, a pretensão é por continuidade, por realização de mais pesquisas e textos debatendo os mesmos enfoques. O intuito primordial, enfim, foi incrementar o conhecimento acerca da atuação do sistema televisivo e educativo no Brasil, bem como sobre os desdobramentos dessas atuações.

¹⁷⁵ Segundo o conceito oficial (LDB/MEC) aqueles que “não sabem ler e escrever”. Cerca de 25% da população com mais de 5 anos de idade em 1991 (IBGE. Censo 1991); 17,5% em 1996, com 5 ou mais anos de idade (PNAD 1996); 9,22% em 2006, entretanto, com 10 ou mais anos de idade (PNAD 2006/07).

¹⁷⁶ Em acordo com a LDB do MEC, aqueles indivíduos que não sabem estabelecer uma função lógica nos conteúdos que conseguem ler. Se tomado este conceito como parâmetro para calcular o número de analfabetos no Brasil, o resultado seria assustador. Já em acordo com o IBGE, Analfabetos Funcionais são “as pessoas com menos de 4 anos de estudo”; na “Síntese de Indicadores Sociais 1998” está publicado que 32% dos brasileiros de 15 anos ou mais de idade são analfabetos funcionais, número mantido até 2006 (Fonte: Pesquisa nacional por amostra de domicílios 1997 e 2006/07. Microdados. Rio de Janeiro: IBGE, 1998 2006/07).

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1991.
- A. L. CERVO e P. A. BERVIAM. **Metodologia científica**. São Paulo: MAKRON Books, 1996.
- ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de estado**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- ASHLEY, P. A. (org), **Ética e Responsabilidade Social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- AZEVEDO, F. **A transmissão da cultura**. São Paulo: Melhoramentos, 1976.
- . **A cultura brasileira**. Brasília: UnB, 1996.
- BARBER, P. **Percepção e informação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- BERGER, A. **Television in society**. New Brunswick, New Jersey: Transaction Books, 1987.
- BERGER, P. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BERGSON, H. **Memória e vida**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BERRY, G. and MITCHELL-KERNAN (Ed.). **Television and the socialization of the minority child**. New York: Academic Press, INC, 1982.
- BONIN, J. A. **Identidade étnica, cotidiano familiar e telenovela**. Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo: USP/ECA, 2001.
- BOSI, E. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: T. A. Queiroz: USP, 1987.
- BOUDON, R. **Métodos quantitativos em Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1971.
- CHALMERS, R. B. **Merchandising – a estratégia do marketing**. São Paulo: Atlas, 1971.
- CHARTIER, R. **O mundo como representação**. In: Estudos Avançados. 5 (11): 173 – 191, 1991.
- CITELLI, A. **Os sentidos em movimento – comunicação, linguagem e escola**. Tese. São Paulo: ECA/USP, 1993.
- . **Comunicação e Educação: a linguagem em movimento**. São Paulo: Senac, 1999.
- . **Aprender e ensinar com textos não escolares**. São Paulo: Cortez, 1997.
- . **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2009.
- CORREIO BRAZILIENSE. **Jornal Correio Braziliense**. Brasília: 05 de fevereiro de 1998.
- . **Jornal Correio Braziliense**. Brasília: 17 de setembro de 2000.
- DAY, R. H. **Psicologia da percepção**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora S. A., 1970.
- DAVIES, M. **Television is good for your kids**. London: Hilary Shipman, 1989.
- DUARTE, S. **Dicionário brasileiro de educação**. Rio de Janeiro: Edições Antares – Nobel, 1986.

- DURKHEIM, E. **Educação e sociologia** (7 ed.). São Paulo: Melhoramentos, 1967.
- EHRENZWEIG, A. **Psicanálise da percepção artística**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- FORGUS, R. H. **Percepção. O processo básico de desenvolvimento cognitivo**. São Paulo: Editora Herder, 1971.
- FREEMAN, W. A Fisiologia da Percepção. **Percepção – Viver mente&cérebro**, São Paulo, n. 3, p. 30-39, maio 2004.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- . **Ação cultural para a liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1.982.
- . **Política e educação**. São Paulo: Cortez, 1993.
- GÓMEZ, G. O. *Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva*. In: Cuadernos de diálogos de la comunicación. Peru: FELAFACS, 1990.
- GREENFIELD, P. **Mind and media – the effects of television, computers and video games**. Great Britain: Fontana Paperbacks, 1984.
- FREUD, S. **Proyecto de una psicología para neurólogos**. Madrid: Biblioteca Nueva, 1973.
- . **A interpretação das afasias**. Lisboa: Ed. 70, 1997.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.
- HOINEFF, N. **A nova televisão**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.
- IBGE. *Censo 1991* (Internet).
- . **Anuário Estatístico do Brasil**, 1994.
- . **PNAD – 1996; 1997**.
- . **PNAD – 1999; 2004/5; 2006/7** (Internet).
- IBOPE, **Indicador Nacional de ‘Alfabetismo’ Funcional**. São Paulo: Ibope, 2001.
- INEP. **Tipologia da educação extra-escolar**. Brasília: INEP, 1980.
- KOTTAK, P. **Prime-Time Society - an anthropological analysis of television and culture**. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1990.
- LASSWELL, H. D. *The structure and function of communication in society* in: BRYSON, L. (ed.). **The Communication of ideas**. New York: Harper, 1948.
- LAVILLE, C. e DIONNE, J. **A construção do saber – manual de metodologia de pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: ARTMED; Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- LE GOFF, J. **Memória – história**. Porto: Imprensa Nacional/ Casa da Moeda, 1984.
- LEAL, O. F. **A leitura social da novela das oito**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Rio Grande do Sul: URS, 1983.
- LOPES, M. I. V. **Metodologia de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2001.
- . **Vivendo com a telenovela. mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
- . **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação**. Revista Comunicação & Educação. São Paulo: n° 26, ano IX, jan./abr. 2003.
- MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Sousa, M (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

- . *La Telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana* - Diálogos de la Comunicación. Lima: Dia-logos de la Comunicación, 1987.
- . *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MARTIN-BARBERO, J. & BARCELOS, Cláudia (Entrevista). *Revista Brasileira de Ciência da Comunicação*. São Paulo: n° 1, vol. XXIII, janeiro/junho de 2000, p. 150-163.
- McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- M. D. VERNON. *Percepção e experiência*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974.
- MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Ed. Melhoramentos, 2000.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (MEC). *Lei de diretrizes e bases da educação (LDB – n° 9.424)*. Brasília: Senado Federal, 1996.
- MORETTIN, E. *A representação da história no cinema brasileiro (1907-1949)*. In: *Anais do Museu Paulista*, v.35. São Paulo: Museu Paulista, 1997.
- MORIN, E. *Ciência com consciência*. Lisboa: Europa/ América, 1982.
- MOTTER, M. L. *Ficção e realidade – a construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.
- MOTTER, M. L. e JAKUBASZKO, D. *Os limites do merchandising social na telenovela brasileira*. In: *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Brasília: Intercom, 2006.
- NEISSER, U. *Cognition and reality*. San Francisco: W. H. Freeman and Company, 1976.
- NETO, J. V. *Dicionário de Telecomunicações*. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 1981.
- PAULINO, R. A. F. *Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação*. Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo: USP/ECA, 1999.
- PENNA, A. G. *Percepção e realidade*. Rio de Janeiro: Mercúrio Star, 1982.
- PIETROCOLLA, L. G. *Sociedade de consumo*. São Paulo: Global, 1986.
- POSNER, M. I. *Cognição*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1980.
- PRINGLE, H. *Marketing Social*. São Paulo: Makron Books, 2000.
- R. H. DAY. *Psicologia da percepção*. São Paulo: Ed. da USP, 1970.
- . *Percepção humana*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1972.
- SANTAELLA, L. *A Percepção: uma teoria semiótica*. São Paulo: Experimento, 1993.
- . *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SILVA, C. E. L. *Muito além do Jardim Botânico*. Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo: USP/ECA, 1983.
- SILVA, J. C. *Merchandising no varejo de bens de consumo*. São Paulo: Atlas, 1990.
- SOUZA, M. S. *Televisão e educação formal: um estudo de recepção*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Brasília: UnB/FAC, 2001.
- SOUZA, M. W. *A rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovela*. Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo: USP/ECA, 1983.
- . (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- TEIXEIRA, A. *Educação no Brasil*. São Paulo: Ed. Nacional, 1976.

- THIOLLENT, M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Editora Polis, 1981.
- TOBIAS, J. A. **História da educação brasileira**. São Paulo: Juriscredi, 1992.
- URBINA, S. **Fundamentos da testagem psicológica**. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- VERNON, M. D. **Percepção e experiência**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974.
- WEINTRAUB, D. J. **Percepción**. Alcoy (Espanha): Editorial Marfil, 1967.
- WILLIAMS, R. **Television – technology and cultural form**. London: Fontana, 1974.
- WITHEY, S. (Ed.) **Television and social behavior beyond violence and children**. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1980.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação**, 4^a edição. Lisboa: Presença, 1995.
- WRIGHT, C. R. **Mass Communications: a sociological approach**. New York: Random House, 1975.
- WRIGHT MILLS, C. **Power, politics and people**. New York: Oxford University Press, 1963.

12. ANEXOS

I – Formulário utilizado na primeira fase, quantitativa, da pesquisa empírica.

II – Formulário para levantamento das lembranças de “Páginas da Vida” e do conhecimento prévio dos assuntos a serem tratados na segunda fase da investigação (anexo ao formulário da primeira fase).

III – Formulário de entrevista para o estudo de recepção (segunda fase, qualitativa).

IV – Roteiro para o teste de percepção da segunda fase da pesquisa de campo.

CÓDIGO IDENTIFICADOR DO PARTICIPANTE: _____

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES – ECA/USP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – DOUTORADO
PESQUISADOR: MARCÍLIO SOUZA
ORINETADOR: PROF. DR. ADILSON CITELLI**

PESQUISA: “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM
TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”.

FORMULÁRIO DE PESQUISA – 1ª FASE (parte quantitativa)

FILTROS:

1. Qual tempo de moradia no atual endereço? () Menos de 3 meses (**ENCERRE**) () Mais de 3 meses
2. Há a possibilidade de mudança do endereço nos próximos três meses? () Sim (**ENCERRE**) () Não
3. Disponibilidade e interesse para participar do estudo: () Não existe (**ENCERRE**) () Existe
4. Assistiu e acompanhou a telenovela Páginas da Vida? () Sim () Não (**ENCERRE**)

IDENTIFICAÇÃO DO PARTICIPANTE

Nome: _____

Endereço:

Telefones: _____

E-mail: _____

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO-CULTURAL

01) Gênero: 1() Masculino 2() Feminino

02) Idade: Anos

Anote a faixa etária:

01() 18 à 25 anos;

02() 26 à 35 anos;

03() 36 à 45 anos;

04() 46 à 55 anos;

05() acima de 56 anos.

03) Estado Civil: 01() Solteiro(a) 03() Separado(a) 05() Divorciado(a)
02() Casado(a) 04() Vive junto 06() Viúvo(a)

04) Tem filho(s)? 01() Sim Quantos? 02() Não

05) Profissão: _____

06) Ocupação profissional atual:

01() Trabalha registrado em Carteira de Trabalho (formal)

02() Trabalha em regime de Contrato Temporário

03() Empresário

04() Autônomo

05() Funcionário Público

06() Trabalha informalmente (Sem registro em Carteira de Trabalho)

07() Trabalha esporadicamente

08() Desempregado

09() Aposentado

99() Não trabalha/ Nunca trabalhou

07) Profissão dos pais: PAI _____ MAE _____

08) Local de nascimento: _____

09) Há quanto tempo mora em São Paulo? _____

10) Quantas pessoas vivem na sua residência? _____

11A) Renda Pessoal:

11B) Renda Familiar: (CASO MORE SOZINHO, REPITA A RENDA PESSOAL)

PESSOAL	
Mais de R\$ 4.000,01	1()
De R\$ 2.000,01 a R\$ 4.000,00	2()
De R\$ 1.000,01 a R\$ 2.000,00	3()
De R\$ 380,01 a R\$ 1.000,00	4()
Até R\$ 380,00	5()
Não tem renda pessoal	6()

FAMILIAR	
Mais de R\$ 4.000,01	1()
De R\$ 2.000,01 a R\$ 4.000,00	2()
De R\$ 1.000,01 a R\$ 2.000,00	3()
De R\$ 380,01 a R\$ 1.000,00	4()
Até R\$ 380,00	5()

12) Religião ou religiosidade: _____

13) Frequência: 1() Diária 2() 3 vezes por semana 3() Semanal 4() Raramente 5() Não frequenta

14) Em termos de atividades culturais, o que você frequenta? 1º _____
(ATÉ TRÊS OPÇÕES)

2º _____

3º _____

(PARA TODOS)

26) Já fez algum curso extracurricular? Qual(s)? _____

CONSUMO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

27) Em se tratando dos meios de comunicação social em específico, onde costuma buscar informações no dia a dia?

01() Televisão 03() Revista 05() Internet
02() Jornal Escrito 04() Rádio 06() Informativo Outros _____

28) Costuma freqüentar cinema? 01() Sim 02() Não (**VÁ PARA QUESTÃO 31**)

29) Freqüência:
1() Diária 2() 3 vezes por semana 3() 2 vezes 4() Semanal 5() Quinzenal 6() Mensal 7() Raramente

30) Quais os dois últimos filmes que assistiu no cinema?

(NÃO PERGUNTAR PARA ENTREVISTADOS SEM INSTRUÇÃO)

31) Costuma ler jornal? 01() Sim 02() Não (**VÁ PARA QUESTÃO 34**)

32) Qual(s) jornal(s) lê? _____

33) Freqüência:
1() Diária 2() 3 vezes por semana 3() 2 vezes 4() Semanal 5() Quinzenal 6() Mensal 7() Raramente

34) Costuma ler revista? 01() Sim 02() Não (**VÁ PARA QUESTÃO 37**)

35) Qual(s) revista(s) lê? _____

36) Freqüência:
1() Diária 2() Semanal 3() 2 vezes 4() Quinzenal 5() Mensal 6() Raramente

(PARA TODOS)

37) Costuma acessar Internet? 01() Sim 02() Não (**VÁ PARA QUESTÃO 40**)

38) Quais os três sites mais acessados por você?

39) Freqüência de acesso à Internet:

1() Várias vezes por dia 2() diária 3() 3 vezes por semana 4() Semanal 5() Quinzenal 6() Mensal 7() Raramente

HÁBITOS E COSTUMES PERANTE O ATO DE ASSISTIR TELEVISÃO

40) Assiste televisão? 01() Sim 02() Não (VÁ PARA QUESTÃO 42)

41) Frequência

01() Diária Quantas horas (dia)? | | | | _____

02() 5 vezes por semana Quantas horas (dia)? | | | | _____

03() 3 vezes por semana Quantas horas (dia)? | | | | _____

04() 2 vezes por semana Quantas horas (dia)? | | | | _____

05() 1 vez por semana Quantas horas (dia)? | | | | _____

06() Raramente

42) Quantos aparelhos de televisão têm na sua casa?

1() 1 2() 2 3() 3 4() 4 5() 5 6() Mais de 5

43) Tem TV por assinatura em casa? 01() Sim 02() Não

43-1) Por quê? | | | | _____

44) O que costuma assistir na televisão?

| | | | _____
| | | | _____

45) O que você mais gosta na televisão?

| | | | _____
| | | | _____

46) Geralmente costuma assistir televisão em casa, em locais públicos, no trabalho ou em mais de um desses locais?

01() Em casa 04() Em casa e em locais públicos
02() Em locais públicos 05() Em casa e no trabalho
03() No trabalho 06() Nos três

(SOMENTE PARA QUEM COSTUMA ASSISTIR TELEVISÃO EM CASA)

47) Em que local da sua casa você costuma assistir televisão?

01() Na sala 04() Na sala e no quarto
02() No quarto 05() Na sala e na cozinha
03() Na cozinha 06() Nos três

48) Com quem você costuma assistir televisão em casa?

01() Sozinho 04() Sozinho e com toda a família
02() Com toda a família 05() Sozinho e com o(a) companheiro(a)
03() Com o(a) companheiro(a) 06() Nas três situações

49) Qual o(s) canal(s) preferido(s)?

| | | | _____
| | | | _____
| | | | _____

50) Qual o(s) programa(s) preferido(s)?

____|____| _____
____|____| _____
____|____| _____

51) Em termos específicos de telenovelas, onde e com quem você costuma assistir?

ONDE?

COM QUEM?

____|____| _____ ____|____| _____
____|____| _____ ____|____| _____

FORMULÁRIO DE PESQUISA – 1ª FASE (parte qualitativa - gravada)

52) Antes da atual telenovela das 8 da Globo foi apresentada a telenovela Páginas da Vida, do autor Manoel Carlos. O que você lembra dessa telenovela?

____|____| _____
____|____| _____
____|____| _____
____|____| _____

53) Você saberia definir o que é Merchandising Social? O que é? 99() Não soube definir

____|____| _____
____|____| _____
____|____| _____

(LER PARA TODOS)

MERCAHNDISIG SOCIAL SÃO INSERÇÕES DE ABORDAGENS SOCIAIS EM TELENOVELA, BEM COMO EM OUTROS CONTEUDOS TLEVISIVOS.

54) Falando nisso, você lembra de alguma inserção de abordagens sociais na telenovela das 8 da Globo: Páginas da Vida? Quais você lembra? 99() Não se lembra de nada

01 - _____
02 - _____
03 - _____
04 - _____
05 - _____
06 - _____
07 - _____

55) O que você lembra dessas abordagens?

|_|_| | _____

|_|_| | _____

|_|_| | _____

|_|_| | _____

56) Qual a sua opinião sobre a inserção de abordagens sociais em telenovela? 99() Não tem opinião formada

|_|_| | _____

|_|_| | _____

|_|_| | _____

57) Geralmente, qual a sua postura ou reação no momento de assistir as inserções de abordagens sócias nas telenovelas?

|_|_| | _____

|_|_| | _____

|_|_| | _____

VERIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO DOS ENTREVISTADOS A RESPEITO DOS CONTEÚDOS A SEREM APRESENTADOS

DOWN

58) Uma criança ao nascer pode apresentar diversos problemas de saúde, deficiências, ou mesmo algumas síndromes. Poderia citar algo?

01() Não citou Síndrome de Down 02() Alguém na família

|_|_| | _____

|_|_| | _____

|_|_| | _____

59) O que é Síndrome de Down? 00) Fale o que você pensa sobre Síndrome de Down:

01() Conceituou adequadamente a Síndrome de Down

02() Não conceituou

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

ALCOOLISMO

60) O que você pensa sobre o consumo de álcool?

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

61) Como você define o alcoolismo? 01() Alguém na família 02() Amigo ou conhecido

_____| _____

_____| _____

_____| _____

INSEGURANÇA/ ASSALTOS A EDIFÍCIOS

62) O que você pensa sobre a segurança das residências brasileiras? Você se sente seguro(a) em casa?

01() Mora em casa

02() Mora em condomínio fechado

03() Mora em apartamento

_____| _____

_____| _____

_____| _____

CÓDIGO IDENTIFICADOR DO PARTICIPANTE: _____

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES – ECA/USP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – DOUTORADO
PESQUISADOR: MARCÍLIO SOUZA
ORINETADOR: PROF. DR. ADILSON CITELLI**

PESQUISA: PESQUISA: “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING*
SOCIAL EM TELENVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO,
PERCEPÇÃO”.

**FORMULÁRIO DE PESQUISA – 2ª FASE – ENTREVISTA
RECEPÇÃO**

APRESENTAÇÃO DOS CONTEÚDOS – GERAL

SÍNDROME DE DOWN - CAMPANHA

01) Fale um pouco sobre essas imagens? O que entendeu? O que Sentiu?

02) Quem são os dois garotos? 01() Carlinhos 02() Amigo do Carlinhos

03) Qual a Síndrome que o Carlinhos tem?

04) Quem precisa de ajuda?

01() Carlinhos

02() Amigo do Carlinhos

03() Criança de rua

05) Por quê?

____| _____

____| _____

APRESENTAÇÃO DOS CONTEÚDOS – TEMÁTICA SOCIAL

CENA 1 – PÁGINAS DA VIDA – SÍNDROME DE DOWN

06) Fale um pouco sobre essas imagens: O que entendeu? O que sentiu?

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

07) Na sua opinião qual a informação central dessas imagens? Do que as imagens tratam?

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

____| _____

APRESENTAÇÃO DOS CONTEÚDOS – TEMA SOCIAL

CENA 1 – PÁGINAS DA VIDA – ALCOOLISMO

08) Fale um pouco sobre essas imagens: O que entendeu? O que sentiu?

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

09) Na sua opinião qual a informação central dessas imagens? Do que as imagens tratam?

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

APRESENTAÇÃO DOS CONTEÚDOS – MERCHANDISING SOCIAL

CENA 1 – PÁGINAS DA VIDA – INSEGURANÇA

10) Fale um pouco sobre essas imagens: O que entendeu? O que sentiu?

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

11) Na sua opinião qual a informação central dessas imagens? Do que as imagens tratam?

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

CÓDIGO IDENTIFICADOR DO PARTICIPANTE: _____

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES – ECA/USP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - DOUTORADO
PESQUISADOR: MARCÍLIO SOUZA
ORINETADOR: PROF. DR. ADILSON CITELLI**

PESQUISA: “TEMÁTICA, TEMA E *MERCHANDISING* SOCIAL EM
TELENOVELA: MEMÓRIA, RECEPÇÃO, PERCEPÇÃO”.

FORMULÁRIO DE PESQUISA – 2ª FASE – TESTE DE PERCEPÇÃO

TESTE 1

**REPRESENTAÇÃO DOS CONTEÚDOS – POR MEIO DE DESENHOS,
ILUSTRAÇÕES, TEXTOS... (APRESENTAR TEMAS RELACIONADOS AOS
CONTEÚDOS JÁ RECEBIDOS E ENTREGAR PAPÉIS EM BRANCO)**

**OBS.: SOLICITAR QUE O PESQUISADO EXPLIQUE VERBALMENTE O
SIGNIFICADO DE QUALQUER MANIFESTAÇÃO VISUAL NÃO ESCRITA
(GRAVAR).**

Tema 1- Síndrome de Down (Campanha)

_____| _____
_____| _____

Tema 2- Síndrome de Down (Telenovela)

_____| _____
_____| _____

Tema 3 – Alcoolismo

_____| _____
_____| _____

Tema 4 - Insegurança

_____| _____
_____| _____

TESTE 2

LEMBRANÇAS DOS CONTEÚDOS – SOLICITAR QUE OS ENTREVISTADOS FALEM DOS CONTEÚDOS APRESENTADOS NO ESTUDO DE RECEPÇÃO, INDICANDO APENAS AS TEMÁTICAS PRESENTES NOS CONTEÚDOS. (GRAVAR)

Tema 1- Síndrome de Down (Campanha)

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

Tema 2- Síndrome de Down (telenovela)

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

Tema 3 – Alcoolismo

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

Tema 4 - Insegurança

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

TESTE 3

**APRESENTAÇÃO DE IMAGENS FIXAS RELACIONADAS AOS CONTEÚDOS
JÁ RECEBIDOS – SOLICITAR COMENTÁRIOS, INTERPRETAÇÕES E
RELAÇÕES:
(GRAVAR)**

GERAL

Imagem 1- Síndrome de Down - Campanha

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

TEMÁTICA SOCIAL

Imagem 2- Síndrome de Down – Páginas da Vida

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

TEMA SOCIAL

Imagem 3 – Alcoolismo

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

MERCHANDISING SOCIAL

Imagem 4 – Insegurança

_____| _____

_____| _____

_____| _____

_____| _____

TESTE 4

PROFERIR AFIRMAÇÕES (ACEITÁVEIS, ABSURDAS, QUESTIONÁVEIS) A RESPEITO DOS CONTEÚDOS JÁ RECEBIDOS E ANOTAR REAÇÕES:

GERAL

Conteúdo 1- Síndrome de Down – Campanha

OS PORTADORES DA SÍNDROME DE DOWN NÃO SÃO CAPAZES DE REALIZAR MUITAS TAREFAS, COMO: NADAR, TOCAR PIANO, ESTUDAR.

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

TEMÁTICA SOCIAL

Conteúdo 2- Síndrome de Down – Páginas da Vida

AFIRMAÇÃO: A SÍNDROME DE DOWN É UMA DOENÇA SEM CURA

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

TEMA SOCIAL

Conteúdo 3 – Alcoolismo

AFIRMAÇÃO: ALCOOLISMO É UMA DOENÇA, ENTRETANTO NÃO TEM CURA.

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

□□□ _____

MERCHANDISING SOCIAL

Conteúdo 4 – Insegurança

AFIRMAÇÃO: A INSEGURANÇA NO BRASIL CONSISTE NUM PROBLEMA PROVENIENTE DA NOSSA HISTÓRICA ESTRUTURA SOCIAL DE DESIGULDADES.

TESTE 5

APRESENTAÇÃO DE RESUMOS (ESCRITOS E LIDOS) DOS CONTEÚDOS JÁ RECEBIDOS E PEDIR COMENTÁRIOS, INTERPRETAÇÕES, OPINIÕES E CONCLUSÕES: (GRAVAR)

GERAL

Conteúdo 1- Síndrome de Down - Campanha

Apesar das crianças portadoras de Síndrome de Down serem capazes de realizar, mesmo que de forma e em tempos diferentes, quase tudo que outras crianças sem a Síndrome realizam, elas ainda enfrentam um grande problema, o preconceito. Entretanto, as crianças pobres brasileiras, mesmo não portando uma deficiência física, não podem realizar muitas tarefas, como: estudar, praticar natação ou tocar piano, em função da falta de recursos financeiros e educacionais.

TEMÁTICA SOCIAL

Conteúdo 2- Síndrome de Down – Páginas da Vida

As crianças portadoras de Síndrome de Down são consideradas especiais, entretanto, quando tratadas e estimuladas adequadamente, elas podem se desenvolver e realizar quase tudo que outras crianças realizam. Os preconceitos costumam ser as maiores barreiras a serem enfrentadas pelas crianças portadoras de Down no Brasil.

TEMA SOCIAL

Conteúdo 3 – Alcoolismo

O alcoolismo tem sido tratado como uma doença, em função de causar dependência química além de diversos outros danos ao organismo dos indivíduos alcoólatras. O consumo exagerado e descontrolado do álcool ainda pode causar muitos danos à vida familiar e social dos indivíduos. A cura do alcoolismo depende da eficiência do tratamento aliada a força de vontade do paciente.

MERCHANDISING SOCIAL

Conteúdo 4 – Insegurança

São necessários diversos procedimentos, muitas vezes rígidos, de segurança para se enfrentar os riscos de violência, roubos e assaltos no Brasil. Os aparatos de segurança invadem inclusive nossos locais de moradia. A insegurança hoje é generalizada!

