

Merchandising Social

Proposta de Temas e Subtemas a Serem Monitorados

1. Novo Conceito de Merchandising Social

“Merchandising social televisivo é a veiculação de mensagens educativas, reais ou ficcionais, nos enredos ou tramas das telenovelas, minisséries ou outros programas de entretenimento”. Entende-se como “mensagens educativas”, tanto aquelas elaboradas de forma intencional, sistematizadas e com propósitos definidos, como outras assim percebidas pela audiência – que, a partir da exposição a uma dada situação dela extrai ensinamentos capazes de mudar positivamente seus conhecimentos, atitudes e práticas sobre aquilo que foi mostrado ou percebido nos programas.

2. Classificação das Ações de Merchandising Social

São chamadas ações de merchandising social as cenas e/ou situações já gravadas e prontas para exibição. Quanto à sua natureza, as ações, situações ou cenas de merchandising social podem ser classificadas da seguinte forma:

- *Conceituais* – Conversando sobre o seu relacionamento sexual, por exemplo, um casal de jovens ou adolescentes analisa as vantagens e as desvantagens de usar o preservativo masculino (camisinha) para prevenir as DST/AIDS ou uma possível gravidez não-desejada; um(a) médico(a) explica a uma adolescente, de maneira detalhada, o que é e como se desenvolve o processo da ovulação.
- *De Menção em Texto* – um(a) do(a)s personagens lê, num jornal, revista ou, ainda, em um site da Internet, e comenta com outro(a)s personagens matérias contendo mensagens informativas, educativas e preventivas ao abuso de drogas, ao abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes, à violência doméstica contra as mulheres, as crianças e/ou contra os adolescentes e jovens;
- *Dialógicas* – uma personagem já madura orienta a sua filha, uma conhecida, amiga ou vizinha mais jovem a respeito do auto-exame das mamas, explicando a sua importância na prevenção do câncer de mama); um pai ou mãe aconselha seu filho(a) a não fazer sexo sem camisinha, evitando contrair uma DST ou AIDS;

- *De Uso* – um personagem entra no automóvel e, antes de dar a partida, coloca o cinto de segurança); um(a) engenheiro(a), antes de entrar num canteiro de obras, põe o capacete protetor;
- *Estímulo Visual* – um casal está se acariciando; a câmera passeia pelo ambiente e fixa-se por alguns instantes na caixa de preservativos que se encontra sobre a mesinha de cabeceira);
- *Promocionais* – Quando se realiza um evento ou campanha como parte do enredo da telenovela ou minissérie.

Tramas Paralelas

Além disso, as cenas de merchandising social podem constituir uma história dentro da telenovela. Por exemplo: os moradores do entorno de uma fábrica promovem uma campanha para que ela deixe de contratar crianças para o seu quadro de funcionários; as empregadas de uma empresa realizam greve, reivindicando a instalação de uma creche no local de trabalho; a telenovela promove as doações financeiras para o programa Criança Esperança, promoção anual da Rede Globo.

3. Metodologia e Critérios de Monitoria

3.1. Fontes de Informação

As principais fontes de informação e dados para monitoria do merchandising social são as próprias produções televisivas, isto é, as telenovelas, minisséries e outros programas de entretenimento. Assistir, diariamente, aos capítulos ou episódios, registrando em planilhas apropriadas a ocorrência de situações educativas é a forma mais segura de documentar os dados sobre as ações de merchandising social.

3.2. Resumo dos Capítulos

A Rede Globo disponibiliza os resumos dos capítulos ou episódios que irão ao ar durante a semana, inclusive para veiculação em jornais e revistas e outros veículos. Esta é, portanto, uma fonte de informação complementar.

3.3. Outras Mídias (Intertextualidade)

As matérias veiculadas em outras mídias, tanto impressas (jornais e revistas) quanto eletrônicas (rádio, TV e Internet, principalmente) constituem-se em uma referência importante e

confiável sobre a forma como estão sendo aceitas, interpretadas e repercutidas as cenas/ações de merchandising social efetivamente veiculadas.

4. Novos Critérios Temáticos

A atual classificação temática das ações ou cenas de merchandising social não atende mais à necessidade da Central Globo de Comunicação (**CGCOM**). A proposta é especificar alguns grandes temas e abrir os subtemas em função de cada telenovela ou programa monitorado. Assim, os grandes temas propostos são:

- Comportamento
- Direitos Humanos
- Educação
- Meio Ambiente
- Saúde
- Sexualidade

A partir da sinopse de cada telenovela e/ou dos roteiros dos programas, estes grandes conjuntos temáticos serão abertos em subtemas. Sirva como exemplo o quadro abaixo, que traz um conjunto bastante significativo de subtemas (85, no total) possíveis de se fazerem presentes nas telenovelas ora em exibição:

| Temáticas Gerais | Principais Subtemas |
|------------------|---|
| 1. Comportamento | <ul style="list-style-type: none"> • Relacionamento Familiar e Comunitário • Hábitos de Consumo • Consumo Consciente • Valores Éticos • Ética Profissional • Responsabilidade Social Pessoal e Empresarial • Trabalho Voluntário • Assédio Moral • Corrupção Ativa e Passiva • Tráfico de Mulheres e Crianças |

| Temáticas Gerais | Principais Subtemas |
|---------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Protagonismo Juvenil e Feminino • Violência Urbana e Doméstica • Educação no Trânsito • Preconceito e Discriminação (Racial, Social, de Classe e Sexual; Por Gênero, Religião e Ocupação Profissional) • Culto à Beleza Física • Bullying (Assédio) |
| 2. Direitos Humanos | <ul style="list-style-type: none"> • Direitos Humanos Fundamentais • Direitos Cíveis e/ou de Cidadania • Direitos Políticos, Econômicos e Sociais • Direitos da Mulher, da Criança e do Adolescente • Direitos do Idoso e das Pessoas com Deficiência • Direitos dos Grupos Minoritários • Inclusão Social das Pessoas com Deficiência • Prevenção e Combate ao Trabalho Infantil • Prevenção e Combate ao Trabalho Escravo • Direitos Cíveis dos Homossexuais • Prevenção e Combate aos Maus-Tratos Infantis |
| 3. Educação | <ul style="list-style-type: none"> • Alfabetização/Analfabetismo • Educação Pré-Escolar e Educação Fundamental • Ensino Médio e Ensino Profissionalizante • Educação Supletiva • Ações Complementares à Escola • Ingresso, Regresso, Permanência e Sucesso na Escola • Arte-Educação, Esporte-Educação, Educomunicação • Educação & Cultura • Incentivo à Leitura e à Escrita • Tecnologias Educacionais • Valorização do Profissional de Educação • Participação dos Pais na Educação dos Filhos • Valorização da Comunidade Escolar • Educação Não-Formal e Educação Informal • Educação Inclusiva |
| 4. Meio Ambiente | <ul style="list-style-type: none"> • Valorização da Diversidade Ambiental • Preservação da Flora e da Fauna • Desmatamentos & Erosão do Solo |

| Temáticas Gerais | Principais Subtemas |
|------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Queimadas e Exploração Ilegal das Florestas • Incentivo ao Uso de Madeira Certificada • Reflorestamento • Poluição Atmosférica, das Águas e do Solo • Recuperação dos Mananciais de Água • Recuperação de Áreas Degradadas • Meio Ambiente Urbano & Rural • Sustentabilidade Ambiental • Importância da Educação Ambiental |
| 5. Saúde | <ul style="list-style-type: none"> • Cuidados na Gravidez, Parto e Puerpério • Parto Normal X Parto Cesáreo • Aleitamento Materno • Desenvolvimento Infantil • Doenças Infecciosas e Transmissíveis • Vacinação de Crianças e Idosos • Cuidados Primários de Saúde • Anorexia e Bulimia • Doação de Sangue, de Órgãos e de Medula Óssea • Saúde da Mulher, da Criança, do Adolescente e do Idoso • Câncer Ginecológico e de Mama • Câncer de Próstata • Gravidez Não-Desejada e Gravidez na Adolescência • Abortamento Provocado • Uso de Drogas Lícitas e Ilícitas • Acidentes Domésticos e de Trabalho • Cuidados e Autocuidados de Saúde e Higiene |
| 6. Sexualidade | <ul style="list-style-type: none"> • Namorar e “Ficar” • Virgindade Sexual Feminina e Masculina • Iniciação Sexual de Homens e Mulheres • Assédio Sexual • Homossexualismo Masculino e Feminino • Doenças Sexualmente Transmissíveis • Abuso e Exploração Sexual de Mulheres • Abuso e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes • Tráfico de Mulheres e Crianças com Fins Sexuais • Estupro |

| Temáticas Gerais | Principais Subtemas |
|------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Mitos e Tabus Sexuais• Relações Sexuais Ocasionais e Extra-Conjugais• Trabalho Sexual Masculino e Feminino• Disfunções Sexuais Masculinas e Femininas |

Lembretes:

1) A relação de subtemas propostos não se pretende exaustiva ou completa, podendo ser adaptada às especificidades de cada telenovela.

2) Evidentemente, só serão computadas como sendo de merchandising social as cenas/ações que contiverem uma clara intencionalidade educativa e/ou que, pela problematização do telespectador – levando-o à reflexão crítica – gerem oportunidades de auto-aprendizagem e de construção do autoconhecimento.

3) Em subtemas como *Assédio Moral; Violência Doméstica; Trabalho Infantil e Trabalho Escravo; Assédio, Abuso e Exploração Sexual*, a simples ocorrência do fato não se constitui em merchandising social. Para isso, será necessário que as cenas ou situações incluam referências claras às medidas preventivas e protetoras, assim como às providências reparadoras ou de punição do agente delituoso.

Comunicarte
05 de outubro de 2006