

Entrevista à Revista Quem (Fevereiro de 2006)

1. Além da Globo, outras emissoras também incluem conteúdo social em suas novelas ?

Quais:

Não temos maiores informações sobre a ocorrência de ações de merchandising social em outras emissoras de TV, uma vez que só monitoramos as inserções que são feitas nas telenovelas da Rede Globo. Isso porque a Globo é a única emissora de TV brasileira que há vários anos vem inserindo mensagens socioeducativas em suas telenovelas e minisséries. A Comunicarte acompanha com atenção esse trabalho e, por isso, dispõe de informações consolidadas. Há mais de 10 anos, a Rede Globo vem inserindo mensagens sociais de forma sistemática durante quatro a seis horas de programação diária.

2. Quantas cenas foram inseridas no ano passado nessas emissoras?

Em 2005, nosso monitoramento indica que foram inseridas 1.551 (mil, quinhentas e cinqüenta e uma) cenas ou situações com mensagens de conteúdo socioeducativo nas telenovelas veiculadas pela Rede Globo, no horário de 17:30 às 21 horas. Nesse ano, o número de cenas/ações socioeducativas superou, pela primeira vez, o de capítulos monitorados: foram **1.551** ações em **1.195** capítulos de nove telenovelas. Ao todo, monitorou-se cerca de **800** horas de produção teledramatúrgica.

3. Quais os temas discutidos?

Segundo as telenovelas, os principais temas foram:

MALHAÇÃO - Gravidez na adolescência, pré-natal, uso do preservativo, igualdade de gênero, diabetes, asma, catarata, hábitos alimentares/obesidade, uso de anabolizantes, estímulo à leitura, direção segura, pirataria, reciclagem do lixo etc.

COMO UMA ONDA - Desenvolvimento sustentável, ética empresarial, registro civil de nascimento, preservação do patrimônio histórico-cultural, aleitamento materno, cuidados com o bebê etc.

ALMA GÊMEA - Estímulo à leitura, preconceito social e racial, outros.

COMEÇAR DE NOVO - Prevenção do câncer de colo de útero, cuidados na gravidez, noções de higiene, educação infantil, contrabando, preservação ambiental.

A LUA ME DISSE - Racismo, incentivo à leitura e ao estudo, economia de água, consulta regular ao ginecologista, métodos contraceptivos, direção defensiva, combate ao abuso do álcool, capacitação profissional de jovens etc.

BANG BANG - Incentivo à leitura e ao estudo, sexualidade, relações de gênero.

SENHORA DO DESTINO - Gravidez adolescente (prevenção, conseqüências), pré-natal, amamentação, Doença de Alzheimer, preconceito (homossexualidade, classe social), adoção, empreendedorismo, populismo/ética na política, uso de drogas, violência doméstica etc.

AMÉRICA - Deficiência visual, acessibilidade, educação inclusiva, cleptomania, homossexualidade, pedofilia etc.

BELÍSSIMA - Saúde sexual e reprodutiva, relações de gênero, ética empresarial e outras questões sociais.

4. O que uma emissora ganha investindo nesse tipo de temática?

A Rede Globo vem ganhando prestígio e credibilidade com a inserção de cenas socioeducativas, ou seja, com o aproveitamento do suporte oferecido pela TV e pelas telenovelas para entreter e educar simultaneamente as pessoas (o que chamamos de *edutainment* ou educação pelo entretenimento). As pessoas assistem às telenovelas e vêem problemas muito similares aos que vivenciam ou já vivenciaram algum dia (senão elas mesmas, algum parente, vizinho ou amigo) sendo discutidos e, assim, podem refletir melhor sobre eles. Ao mesmo tempo em que se criam oportunidade de reflexão e crítica na sociedade, é possível apresentar aos telespectadores formas de solucionar os seus problemas, exemplos bem-sucedidos de abordagem de questões diversas, presentes no dia-a-dia das pessoas. Com isso, as telenovelas contribuem efetivamente para o desenvolvimento e o crescimento pessoal, o que vem sendo continuamente reconhecido pelos líderes e formadores de opinião, no Brasil e no exterior.