



Documento padrão para submissão de trabalhos ao XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Merchandising Social na Telenovela “Páginas da Vida”: Impacto nos Conhecimentos, Atitudes e Práticas das Telespectadoras Assíduas¹

Marcio Ruiz Schiavo²

Comunicarte Marketing Cultural e Social

Escola de Gestão Cultural/Universidade Candido Mendes (UCAM)

Resumo

Este trabalho analisa os resultados da *Pesquisa Páginas da Vida*, que teve o objetivo de investigar características da recepção aos temas sociais abordados na novela, bem como o impacto dessas cenas nos conhecimentos, atitudes e práticas de telespectadoras assíduas. Os resultados confirmaram a eficácia e efetividade do merchandising social como estratégia socioeducativa: 90% das entrevistadas disseram ter assistido, na novela, cenas educativas sobre HIV/AIDS; 85% disseram o mesmo em relação à gravidez na adolescência e à gravidez não-desejada e maternidade ou paternidade não-assumidas, temas centrais da pesquisa. Ademais, de 56% a 60% disseram que as cenas haviam contribuído para aumentar seus conhecimentos sobre esses temas. E uma proporção entre 56% e 65% revelou ter assumido novas atitudes e práticas frente a essas questões, em decorrência da reflexão provocada pelas cenas veiculadas.

Palavras-chave

Merchandising Social; Páginas da Vida; *Edutainment*; Recepção Midiática.

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Ficção Seriada.

² Graduado em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, especializou-se em comunicação para o desenvolvimento pelo **CIACOP/UNESCO**, obtendo a livre-docência pela Universidade Gama Filho. Atua há mais de 30 anos na área social (Terceiro Setor). No início dos anos 90, criou a metodologia do *Merchandising Social*, de educação para grandes audiências. Também é coordenador e professor da pós-graduação em Gestão Social da Universidade Candido Mendes, do Rio de Janeiro. E-mail: mschiavo@comunicarte.com.br.



Introdução

Neste trabalho, analisam-se os principais resultados da *Pesquisa Páginas da Vida*, que investigou a ocorrência e características da recepção das cenas de merchandising social veiculadas naquela telenovela. O merchandising social consiste na inserção, intencional e sistemática, de mensagens socioeducativas nas telenovelas e minisséries de televisão, abordando-se questões de saúde sexual e reprodutiva, planejamento familiar, aborto, anticoncepção, relações de gênero, prevenção ao abuso de drogas e às DST/HIV/AIDS e demais temas ligados ao trinômio população, meio ambiente & desenvolvimento humano sustentável. Ou seja: procura-se utilizar as telenovelas e minisséries como suporte para a disseminação das inovações socioculturais junto a grandes contingentes populacionais, aproveitando-se o grande potencial de cobertura e de influência dessas obras dramáticas nos conhecimentos, atitudes e práticas (CAP) da população brasileira e, particularmente, das mulheres, adolescentes e jovens – seus principais públicos.

As questões sociais assim abordadas mostram-se, aos telespectadores, como parte do enredo das telenovelas e minisséries – pois aparecem associadas, de forma positiva e educativa, aos personagens e conflitos presentes na história. Assim, esses personagens apresentam-se como eficientes porta-vozes dos conceitos e atitudes que, por intermédio deles, são promovidos – associando à simpatia e empatia que despertam no público o carisma, fama e credibilidade dos atores e atrizes que os representam. O merchandising social constitui, pois, excelente estratégia para abordar temáticas sociais, com o objetivo de informar e educar os telespectadores. Seus índices de cobertura e impacto, seja em número de pessoas atingidas ou em termos de recall (lembança), são muito superiores aos das estratégias tradicionais de informação, educação e comunicação (IEC).

O autor de *Páginas da Vida*, Manoel Carlos, é considerado um realista obstinado, pois costuma construir tramas fundadas no dia-a-dia das grandes cidades e baseadas em temas polêmicos. Para ele, a polêmica apresenta material abundante para as discussões que a sociedade precisa desenvolver, as quais alavancam as inovações requeridas pelo processo de modernização social e desenvolvimento humano. Antes de estrear seu mais recente trabalho, a novela *Páginas da Vida*, afirmou que desenvolveria duas subtramas voltadas a temáticas-centrais: a síndrome de Down e o HIV/AIDS. Era a oportunidade há muito aguardada pela *Comunicarte/PMC-Brasil* para mensurar o impacto do merchandising social, podendo-se acompanhar *on time* o desenrolar das ações socioeducativas e a sua recepção. O resultado desse esforço é a pesquisa ora apresentada.



Metodologia da Pesquisa

A *Pesquisa Páginas da Vida*³ entrevistou 474 mulheres de 18 a 49 anos de idade, que utilizam serviços dos postos/unidades de saúde das redes municipal, estadual e federal conveniados à **BEMFAM** a partir de uma amostra probabilística. Foram entrevistadas mulheres que se declararam telespectadoras assíduas de *Páginas da Vida* em 10 estados da Federação (Alagoas, Bahia, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e Santa Catarina) e 50 municípios, cobrindo cerca de 250 postos de atendimento conveniados. A participação das mulheres por faixa etária foi equitativa, tendo-se considerado cinco faixas, a saber: de 18 a 24 anos; de 25 a 30 anos; de 31 a 34 anos; de 35 a 39 anos; e de 40 a 49 anos.

O modelo de amostragem empregado foi o de uma amostra bi-etápica autoponderada. Os postos de saúde foram considerados as unidades de primeiro estágio, selecionadas com probabilidade proporcional ao número de atendimentos realizados em fevereiro de 2006, enquanto as unidades secundárias de amostragem foram as mulheres usuárias, cuja idade estavam na faixa de 18 a 49 anos e fossem telespectadoras assíduas de *Páginas da Vida*, sendo selecionadas com equi-probabilidade. O tamanho da amostra, por razões operacionais, foi estabelecido em, no máximo, 500 mulheres de 18 a 49 anos.

Os dados foram coletados utilizando-se um questionário estruturado e as entrevistas foram realizadas por um grupo de assessores de desenvolvimento social da **BEMFAM** que, na época, estiveram visitando os postos selecionados para a pesquisa e distribuídos em dez estados e cinquenta municípios. Foram adotados diversos procedimentos visando garantir a qualidade dos dados, entre eles a conferência dos questionários por revisores especialmente treinados, a fim de levantar possíveis inconsistências. Durante a análise, também pôde-se atestar a qualidade dos dados levantados.

Cumpriu-se, assim, plenamente o objetivo da pesquisa, que foi investigar as formas de inserção de temas sociais e de saúde nas tramas e cenas da telenovela e, principalmente, o impacto dessas cenas junto à população-alvo da pesquisa. Os principais temas-objeto da pesquisa foram: saúde sexual e reprodutiva, planejamento familiar, métodos anticoncepcionais, gravidez não-desejada, gravidez na adolescência, maternidade/paternidade não-assumida, aborto e HIV/AIDS. A seguir, os resultados obtidos.

³ Esta pesquisa foi realizada pela Sociedade Civil Bem-Estar Familiar no Brasil (**BEMFAM**) por solicitação da Comunicarte/PMC-Brasil, no período de 9 de fevereiro a 12 de março de 2007. O relatório final foi elaborado por Elisabeth Anhel Ferraz e Antônio Duran, a quem a Comunicarte/PMC-Brasil congratula pela qualidade do trabalho e agradece pela presteza no atendimento.



Características da Amostra Pesquisada

Na pesquisa, buscou-se caracterizar a população-alvo do estudo e, para isso, levantaram-se informações sobre suas principais características socioeconômicas e demográficas: idade, escolaridade e renda familiar mensal. Com relação à idade das entrevistadas, nota-se que a distribuição etária apresenta-se bastante homogênea. Cerca de 21% das entrevistadas têm idade entre 18 e 24 anos; 19% têm de 25 a 29 anos; 22% estão entre 30 e 34 anos; 18% estão na faixa dos 35 aos 39 anos e 20% declararam-se entre 40 e 49 anos de idade. A idade média das entrevistadas é, portanto, de 32 anos completos.

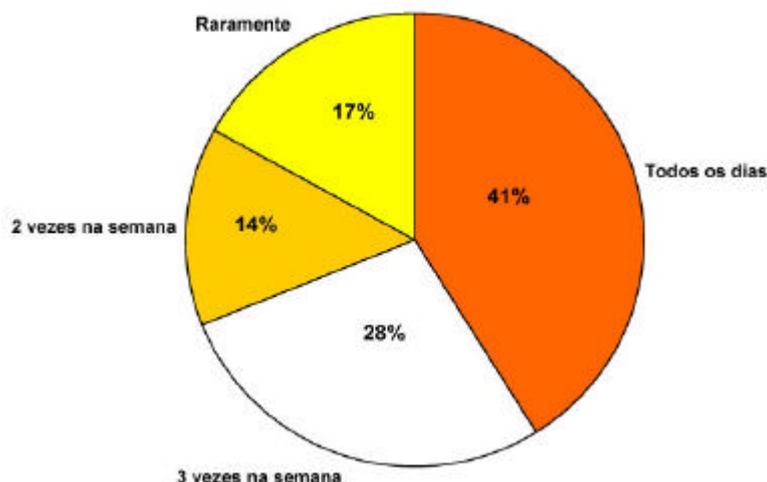
Quanto à escolaridade, observa-se que entre as entrevistadas 15% completaram o ensino fundamental e pouco mais de um terço (35%) chegaram a concluir o ensino médio. Além disso, cerca de 4% completaram a universidade e outros 5% declararam-se sem nenhuma escolaridade. A relação entre a escolaridade e a idade da mulher indica uma sensível melhoria no nível de escolaridade das mulheres mais jovens, o que é demonstrado pelo menor percentual de analfabetas nessas faixas etárias e, também, pela maior proporção daquelas que conseguiram entrar num curso de nível superior.

Finalmente, as informações sobre a renda das entrevistadas foi baseada no total da renda domiciliar mensal. Observa-se que dois terços das entrevistadas estão na categoria mais de um salário-mínimo a três salários-mínimos mensais, enquanto que praticamente um quarto delas (24%) vive em famílias ou domicílios cuja renda mensal não ultrapassa um salário-mínimo por mês. No seu conjunto, as mulheres entrevistadas são provenientes de domicílios com renda média mensal de 1,7 salário-mínimo, equivalente a R\$ 595,00. Não chega a ser nenhum rendimento expressivo, mas ainda está um pouco acima da média nacional, o que permite supor que o hábito de assistir telenovelas é, para essas mulheres, uma opção; e não, falta de alternativas, como em outro casos.

Hábitos de Assistir à Telenovela

Na pesquisa, perguntou-se às entrevistadas sobre a frequência com que costumavam assistir à telenovela *Páginas da Vida*. Como se vê no gráfico 1, 41% das entrevistadas assistiam aos capítulos da novela todos os dias; 28%; três vezes por semana; e 14% apenas duas vezes por semana. Outros 17% disseram que raramente assistiam à novela. Com relação à idade observa-se que as mulheres de 30-34 anos, seguidas das de 40-49 anos, foram as que em maior percentual declararam assistir a novela diariamente: 47% e 45% respectivamente. Já uma menor audiência foi constatada entre as mulheres com 35-39 anos: 21% disseram que assistiam raramente *Páginas da Vida*.

Gráfico 1 – *Frequência com que assiste à Páginas da Vida*



Em geral, assistir aos capítulos da novela é um programa essencialmente familiar. Com efeito, um pouco mais da metade de todas as entrevistadas (53%) disseram que assistem sempre à telenovela em companhia dos filho(a)s ou, então, do marido, companheiro ou namorado (50%). Um percentual importante de mulheres (41%) respondeu que também assistem sozinhas à novela, embora isso não fosse regra geral. Verificando-se com quem as entrevistadas assistem, prioritariamente, à telenovela segundo a faixa etária, nota-se que, até 29 anos o maior percentual de respostas afirmativas está na categoria marido, companheiro ou namorado (54,4%), enquanto que a partir dos 30-34 anos, a principal companhia passa a ser o(a)s filho(a)s, como se vê na tabela.

Tabela 1 – *Pessoas com quem assiste à novela, segundo a idade*

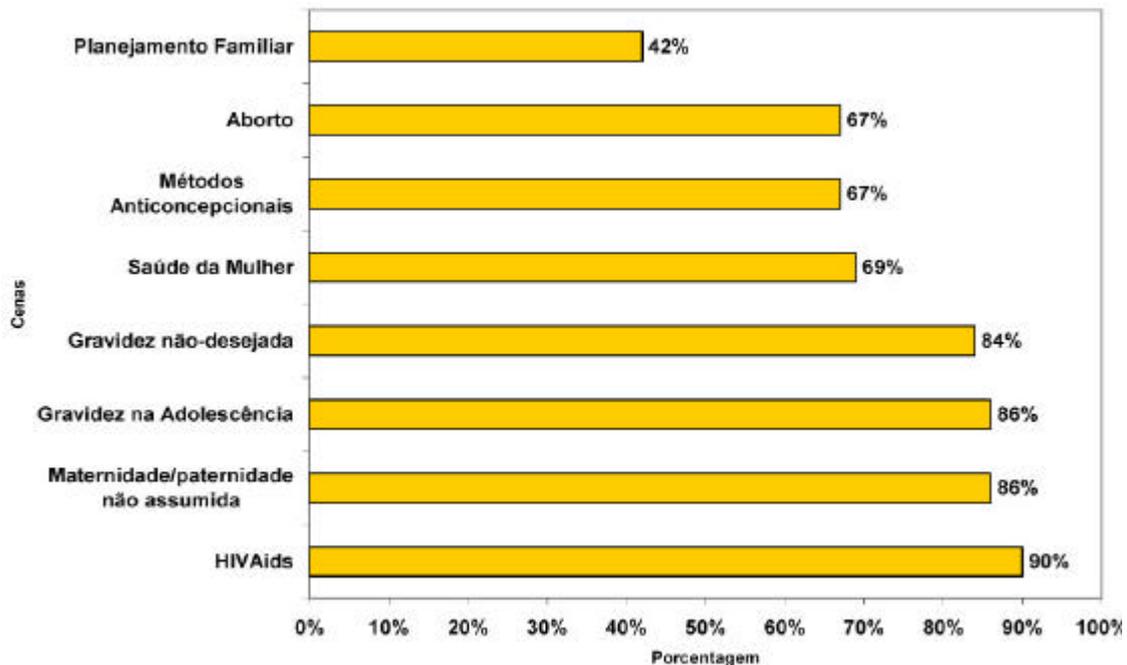
Pessoas com quem assistem à novela	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
Filhos(as)	35,0	44,4	60,2	63,2	63,8	53,2
Marido/companheiro/namorado	49,0	54,4	49,5	49,4	48,9	50,2
Sozinha	43,0	37,8	35,9	42,5	47,9	41,4
Pai/mãe	38,0	26,7	19,4	19,5	11,7	23,2
Irmão(ã)	30,0	17,8	18,4	11,5	4,3	16,7
Amigos(as)	16,0	13,3	13,6	13,8	13,8	14,1
Vizinho(a)	13,0	16,7	13,6	12,6	11,7	13,5
Número	100	90	103	87	94	474

É interessante observar, também, que o grupo das mulheres com idade entre 18 e 24 anos é um dos que apresentam maior percentual (43%) de mulheres que assistem à telenovela sozinhas. Esse dado é muito importante do ponto-de-vista socioeducativo, uma vez que a presença de outras pessoas no ambiente, em geral, contribui significativamente para a geração de comentários e discussões sobre a cena veiculada.

Recall das Cenas Socioeducativas

Um dos objetivos específicos desta pesquisa foi o de levantar o nível de percepção das telespectadoras assíduas acerca da presença de temas socioeducativos na telenovela. Foi perguntado às entrevistadas, portanto, se elas se lembravam de ter assistido alguma cena sobre os temas selecionados, se havia sido a primeira vez que assistiam a discussões sobre esses temas em telenovelas e qual o impacto dessas cenas no nível de conhecimento de cada uma a respeito do assunto abordado. No gráfico 2, a seguir, estão listados os vários temas-objeto da pesquisa e os percentuais de mulheres que responderam afirmativamente terem assistido a cenas específicas. Observa-se que as cenas relacionadas ao HIV/AIDS foram as mais lembradas pelas entrevistadas, com 90% de citações. A seguir, vieram as cenas que abordavam questões de maternidade ou paternidade não-assumida e gravidez na adolescência, ambas tendo obtido 86% de todas as citações.

Gráfico 2 – *Percentual de entrevistadas que declararam ter assistido alguma cena sobre os temas especificados na novela Páginas da Vida*



Como se pode ver, um pouco mais de dois terços das entrevistadas mencionaram ter assistido a cenas nas quais os assuntos relacionados à saúde da mulher, principalmente o exame preventivo do câncer ginecológico e os cuidados no pré-natal (69%), métodos anticoncepcionais (67%), gravidez não-desejada (84%) e aborto (67%) foram tratados. Apesar de a anticoncepção ser mencionada por mais de dois terços das entrevistadas, a questão do planejamento familiar foi o tema menos lembrado pelas mulheres (42%), uma vez que não foi muito enfatizado nas principais cenas da novela.

Entre as entrevistadas que disseram ter assistido a cenas sobre os temas mencionados na telenovela, observa-se que percentuais próximos a 10% ou mais baixos mencionaram que era a primeira vez que viam discussões sobre estes temas. Os temas relacionados à gravidez não-desejada (9,8%); planejamento familiar e HIV/AIDS, ambos com 9% das citações; além de maternidade e paternidade não-assumida (9,5) foram os mais mencionados pelas entrevistadas como tendo sido vistos pela primeira vez na vida. Estes percentuais são relativamente baixos e explicam-se pelo fato desses temas serem recorrentes nas novelas mais recentes, sobretudo naquelas criadas por Manoel Carlos. Por sua vez, os conteúdos e cenas sobre o aborto provocado e métodos anticoncepcionais foram os que apresentaram os percentuais mais baixos de citações como tendo sido a primeira vez que as mulheres entrevistadas estavam se deparando com o assunto em causa.

As informações sobre a lembrança de ter assistido a cenas na novela sobre determinados assuntos e a idade da entrevistada encontram-se na tabela 2. Observa-se que, de acordo com a idade declarada da mulher, constata-se variações significativas sobre os temas mencionados. Apesar do HIV/AIDS ter sido o tema mais lembrado em todas as faixas de idade, ele apresentou um maior destaque entre as entrevistadas na faixa dos 35-39 anos e de 40-49 anos de idade: 94% e 91,5% respectivamente o mencionaram. Também foi o principal tema lembrado pelas mulheres de 18-24 anos, mas com percentual um pouco mais baixo: 88%. Entre as mulheres de 25-29 anos o tema mais lembrado foi a gravidez na adolescência, com 89% das citações. A gravidez na adolescência foi o tema mais citado entre as mulheres de 25 a 29 anos e a saúde da mulher teve seus percentuais mais elevados entre as de 40-49 anos e de 30-34 anos. Por fim, entre mulheres de 30-34 anos, a questão mais lembrada foi maternidade/paternidade não-assumida (91%).

Tabela 2 – *Porcentagem de entrevistadas que lembram ter assistido a cenas sobre os temas especificados, segundo a idade*

Cenas com temas sobre	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
HIV/Aids	88,0	87,8	86,4	94,3	91,5	89,5
Maternidade/paternidade não assumida	82,0	85,6	91,3	82,8	89,4	86,3
Gravidez na adolescência	86,0	88,9	87,4	80,5	87,2	86,1
Gravidez não-desejada	87,0	81,1	84,5	85,1	83,0	84,2
Saúde da mulher (preventivo, pré-natal, etc)	69,0	65,6	70,9	67,8	72,3	69,2
Métodos anticoncepcionais	64,0	63,3	68,9	66,7	72,3	67,1
Aborto	70,0	60,0	68,0	64,4	71,3	66,9
Planejamento familiar	42,0	38,9	38,8	44,8	47,9	42,4
Número	100	90	103	87	94	474

As informações sobre os temas mais mencionados como tendo sido vistos na novela por escolaridade das entrevistadas encontram-se na tabela 3. Constata-se que em praticamente todas as categorias de escolaridade o tema mais citado foi o HIV/AIDS (89,5%) de todas as citações. As categorias que saíram deste padrão foram as das mulheres que disseram ter completado o ensino médio (92%) e aquelas que declararam, ao menos, ter entrado na universidade (100%), que reportaram prioritariamente o tema maternidade e paternidade não-assumida. Como era de se esperar as mulheres que disseram nunca terem tido uma oportunidade para se alfabetizarem foram aquelas que reportaram os percentuais mais baixos de lembrança sobre todos os temas mencionados, com exceção do HIV/AIDS. Este fato aponta, sem dúvida, para a grande presença deste tema na mídia nacional, sobretudo nos variados programas radiofônicos e televisivos. Este é um aspecto importante para as ações de educação para a saúde e saúde coletiva, uma vez que demonstra a efetividade dos veículos de comunicação para a disseminação de conhecimentos.

Tabela 3 – *Porcentagem de mulheres entrevistadas que lembram ter visto cenas na novela sobre determinados temas, por escolaridade*

Temas	Escolaridade							Total
	Analfa-beta	Fund. Incomp	Fund. Comp.	Médio Incomp	Médio Comp.	Univ. Incomp	Univ. Comp.	
HIV/Aids	84,0	82,8	97,1	93,1	89,6	92,9	95,2	89,5
Maternidade/paternidade Não assumida	52,0	81,1	90,0	84,5	92,1	100,0	95,2	86,3
Gravidez na adolescência	80,0	81,1	85,7	87,9	89,0	92,9	90,5	86,1
Gravidez não-desejada	56,0	78,7	88,6	86,2	89,0	92,9	85,7	84,2
Saúde da mulher (preventivo, pré-natal, etc)	24,0	58,2	68,6	75,9	79,3	78,6	85,7	69,2
Métodos anticoncepcionais	40,0	61,5	61,4	77,6	72,0	78,6	76,2	67,1
Aborto	52,0	62,3	62,9	69,0	70,7	71,4	85,7	66,9
Planejamento familiar	24,0	28,7	35,7	34,5	56,7	57,1	66,7	42,4
Número	25	122	70	58	164	14	21	474

Os temas assistidos pela primeira vez também apresentam diferenças com relação à idade da mulher (tabela 4) e à escolaridade. Assim, observa-se que para as mais jovens, a gravidez não-desejada foi o tema que teve o maior percentual de mulheres que viram abordarem este assunto pela primeira vez na novela (12,6%). Entre as entrevistadas de 25-29 anos, as questões relacionadas à maternidade e/ou paternidade não-assumida foram vistas pela primeira vez por 14%. Cerca de 8% das mulheres de 30-34 anos apontou que a temática gravidez não-desejada foi vista pela primeira vez. Para as mulheres de 35-39 anos de idade e, também, para as de 40-49 anos, os temas mais mencionados como tendo sido vistos pela primeira vez foram planejamento familiar, com 15%, e saúde da mulher (preventivo do câncer ginecológico e os cuidados no pré-natal), com 10%.

Tabela 4 – Porcentagem de mulheres entrevistadas que declararam ter visto nas cenas da novela determinados temas pela primeira vez, por idade

Temas vistos pela 1ª vez	Idade					Total	N*
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49		
Gravidez não-desejada	12,6	12,3	8,0	6,8	9,0	9,8	399
Maternidade/paternidade não assumida	11,0	14,3	7,4	8,3	7,1	9,5	409
Planejamento familiar	4,8	11,4	7,5	15,4	6,7	9,0	201
HIV/Aids	11,4	11,4	7,9	7,3	7,0	9,0	424
Gravidez na adolescência	11,6	7,5	4,4	7,1	7,3	7,6	408
Saúde da mulher (preventivo, pré-natal, etc)	5,8	6,8	4,1	8,5	10,3	7,0	328
Aborto	11,4	9,3	2,9	1,8	7,5	6,6	317
Métodos anticoncepcionais	9,4	1,8	7,0	3,4	5,9	5,7	318

* Número total de mulheres que viram cenas sobre os temas específicos

Informação similar, traçando uma relação entre o principal tema mencionado como visto pela primeira vez nas cenas de *Páginas da Vida* por escolaridade das entrevistadas pode ser encontrada na tabela 5. Nota-se que, em cada categoria de escolaridade, destaca-se um tema distinto como tendo sido visto pela primeira vez. O planejamento familiar foi o principal tema apontado como visto pela primeira vez tanto por mulheres que se declararam analfabetas (33%) como por aquelas que não terminaram o ensino médio (10%). Para as que possuem o curso fundamental incompleto e as que terminaram a universidade, o principal tema foi a gravidez não-desejada, com 21% e 5,6% de citações, respectivamente. A saúde da mulher, tratando-se de questões como preventivo do câncer ginecológico e cuidados no pré-natal foi o tema mais mencionado por mulheres que disseram ter concluído o ensino fundamental (15%) e por aquelas que não completaram a universidade (9%). Entre mulheres que concluíram o ensino médio, 9% mencionaram o HIV/AIDS. Deve-se registrar, por fim, o fato de algumas mulheres com curso superior terem tido contato com a questão da gravidez não-desejada pela primeira vez por meio desta telenovela.

Tabela 5 – Porcentagem de mulheres entrevistadas que declararam ter visto nas cenas da novela determinados temas pela primeira vez, por escolaridade

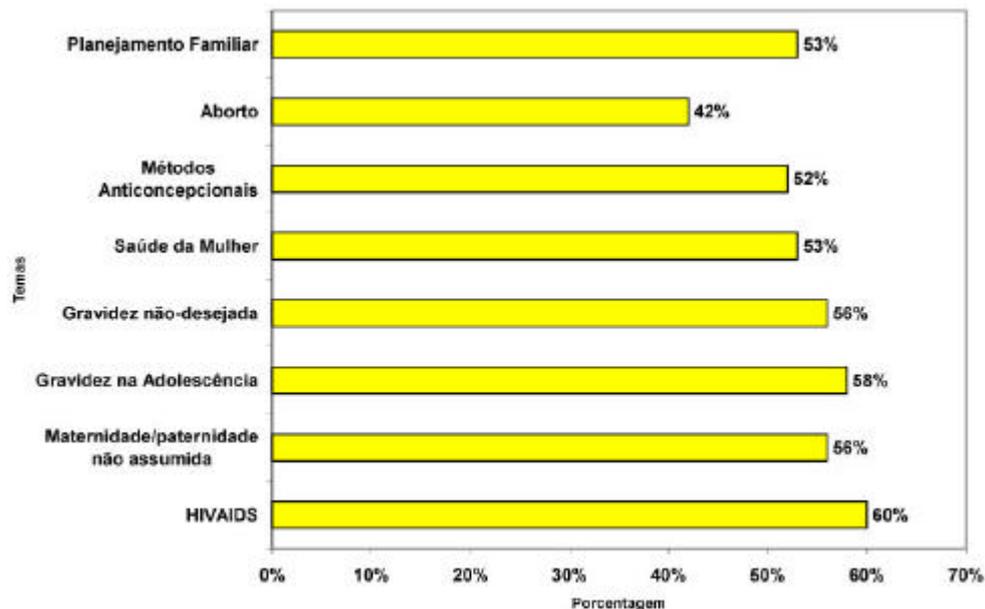
Temas vistos pela 1ª vez	Escolaridade							Total	N*
	Analfa-beta	Fund. Incomp	Fund. Comp.	Médio Incomp	Médio Comp.	Univ. Incomp	Univ. Comp.		
Gravidez não-desejada	7,1	20,8	11,3	2,0	5,5	7,7	5,6	9,8	399
Maternidade/paternidade não assumida	7,7	18,2	11,1	4,1	6,6	7,1	0,0	9,5	409
Planejamento familiar	33,3	17,1	12,0	10,0	5,4	0,0	0,0	9,0	201
HIV/Aids	4,8	13,9	11,8	1,9	8,8	7,7	0,0	9,0	424
Gravidez na adolescência	10,0	17,2	8,3	0,0	4,8	0,0	0,0	7,6	408
Saúde da mulher (preventivo, pré-natal)	16,7	9,9	14,6	0,0	5,4	9,1	0,0	7,0	328
Aborto	7,7	18,4	4,5	2,5	2,6	0,0	0,0	6,6	317
Métodos anticoncepcionais	10,0	13,3	4,7	0,0	4,2	0,0	0,0	5,7	318

* Número total de mulheres que viram cenas sobre os temas específicos

Impacto das Cenas nos Níveis de Conhecimento

Com base nos diversos temas tratados na novela, para cada um, perguntou-se às mulheres se houve influência no seu nível de conhecimento sobre o assunto. Esta possível influência foi medida como: a) aumentou o conhecimento; b) influenciou mais ou menos; ou c) não contribuiu para aumentar o conhecimento. Os resultados encontram-se no gráfico 3 e na tabela 6, na seqüência. No geral, observa-se que para metade das mulheres entrevistadas ou um pouco mais, os temas inseridos nas cenas da novela contribuíram para aumentar o seu nível de conhecimento sobre os vários assuntos. É importante mencionar que entre os temas tratados, o HIV/AIDS destaca-se como sendo o que trouxe maior aumento de conhecimento para as mulheres: 60% citaram que seu conhecimento aumentou a partir das cenas que foram assistidas na telenovela. A seguir, destacaram-se os temas gravidez na adolescência; em que 58% de todas as entrevistadas disseram que aumentaram seus conhecimentos; gravidez não-desejada e maternidade/paternidade não-assumida, ambos com 56% de mulheres reportando aumento de conhecimentos. O aborto foi o tema que menos teria contribuído para o aumento do conhecimento: 42%.

Gráfico 3 – Percentual de entrevistadas que reportaram aumento do seu nível de conhecimento sobre os temas mencionados



Analisando-se os níveis declarados de aumento no conhecimento sobre os temas tratados na telenovela, observam-se alguns aspectos interessantes e, até mesmo, surpreendentes. Por exemplo, em cinco dos oito temas-objeto de estudo, os mais altos níveis de aumento do conhecimento foram declarados por mulheres nas faixas de 35-39 anos e 40-49 anos. Isto ocorreu em relação aos temas gravidez na adolescência (64,3% e 59,8%, respectivamente),

gravidez não-desejada (62,2% e 59%), saúde da mulher (55,9% e 63,2%), maternidade e paternidade não-assumida (56,9% e 59,5%) e métodos anticoncepcionais, que foram citados por 56,9% e 57,4% das mulheres, respectivamente. Estes resultados surpreendem porque, nessa faixa etária, normalmente, a maioria das mulheres já tem um histórico de contato com os organismos públicos e não-governamentais de assistência à saúde e à saúde reprodutiva, o que já deveria ter propiciado a elas um conhecimento mínimo sobre os temas abordados, que são básicos no campo da saúde da mulher.

Tabela 6 – *Distribuição percentual das mulheres entrevistadas segundo a influencia no conhecimento de determinados temas tratados nas cenas da telenovela, por faixas etárias e temas abordados*

Temas tratados e influencia no conhecimento	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
HIV/Aids						
• Aumentou	63,6	63,3	56,2	58,5	59,3	60,1
• Mais ou menos	23,9	21,5	21,3	23,2	23,3	22,6
• Pouco	12,5	15,2	22,5	18,3	17,4	17,2
Gravidez na adolescência						
• Aumentou	58,1	57,5	53,3	64,3	59,8	58,3
• Mais ou menos	29,1	31,3	27,8	18,6	32,9	28,2
• Pouco	12,8	11,3	18,9	17,1	7,3	13,5
Gravidez não-desejada						
• Aumentou	51,7	52,1	55,2	62,2	59,0	55,9
• Mais ou menos	34,5	35,6	23,0	20,3	25,6	27,8
• Pouco	13,8	12,3	21,8	17,6	15,4	16,3
Maternidade/paternidade não assumida						
• Aumentou	54,9	51,9	54,3	56,9	59,5	55,5
• Mais ou menos	30,5	35,1	28,7	33,3	25,0	30,3
• Pouco	14,6	13,0	17,0	9,7	15,5	14,2
Saúde da mulher (preventivo, pré-natal, etc)						
• Aumentou	47,8	52,5	45,2	55,9	63,2	52,7
• Mais ou menos	34,8	27,1	30,1	28,8	22,1	28,7
• Pouco	17,4	20,3	24,7	15,3	14,7	18,6
Planejamento familiar						
• Aumentou	42,9	60,0	62,5	46,2	53,3	52,7
• Mais ou menos	42,9	28,6	20,0	28,2	20,0	27,9
• Pouco	14,3	11,4	17,5	25,6	26,7	19,4
Métodos anticoncepcionais						
• Aumentou	50,0	45,6	47,9	56,9	57,4	51,6
• Mais ou menos	28,1	36,8	26,8	22,4	23,5	27,4
• Pouco	21,9	17,5	25,4	20,7	19,1	21,1
Aborto						
• Aumentou	48,6	42,6	35,7	44,6	38,8	42,0
• Mais ou menos	25,7	33,3	32,9	28,6	35,8	31,2
• Pouco	25,7	24,1	31,4	26,8	25,4	26,8

Impacto das Cenas nas Atitudes e Práticas

Tendo-se constatado um nível relativamente elevado de impacto das cenas veiculadas nos níveis de conhecimento das mulheres sobre os temas abordados, buscou-se averiguar se essas cenas também tinham tido algum impacto sobre suas atitudes e práticas. Para isso, selecionou-se a questão da gravidez não-desejada – na qual a novela foi especialmente didática. Assim, fez-se uma pergunta específica sobre se as questões relativas à gravidez não-desejada passadas na novela teriam tido alguma influência no comportamento atual das telespectadoras. Observa-se que praticamente dois terços (65,4%) das mulheres disseram que a temática gravidez não-desejada influenciou no seu comportamento atual, passando as entrevistadas a ter mais cuidado para não engravidar. Os resultados, para o total das entrevistadas, e segundo a idade encontram-se na tabela 7.

Tabela 7 – *Influência declarada do tema gravidez não-desejada nas atitudes e práticas das mulheres, por idade*

	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
Passou a ter mais cuidado para não engravidar	71,0	64,4	67,0	64,4	59,6	65,4
Não influenciou na conduta	29,0	35,6	33,0	35,6	40,4	34,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Número	100	90	103	87	94	474

A influência das cenas sobre gravidez não-desejada veiculadas em *Páginas da Vida* sobre as atitudes e práticas das entrevistadas é mais notada entre as jovens de 18-24 anos de idade. Com efeito, 71% delas declararam que com base nas cenas assistidas “passaram a ter mais cuidado para não engravidar”. No outro extremo etário, isto é, entre as mulheres que reportaram idade entre 40 e 49 anos, encontra-se o mais baixo percentual das que declararam que, atualmente, têm mais cuidado para não engravidar: 59,6% – que, todavia, também é um índice significativo. Nas demais faixas etárias, os percentuais daquelas que declararam mudanças de atitudes variou de 64,4% a 67%

Realmente, é muito animador verificar que uma seqüência de cenas sobre um determinado assunto veiculada em uma novela de grande audiência possui potencial para fazer com que quase 60% das mulheres já maduras – e, portanto, já com uma cultura de cuidado e autocuidado consolidada – possa evoluir em suas atitudes, assumindo comportamentos e práticas que lhes são mais positivas. Esta é, pois, a grande relevância do merchandising social e a sua maior contribuição ao desenvolvimento humano.

Não foi observada nenhuma relação específica entre o grau de escolaridade e influência nas atitudes e práticas das mulheres a respeito de uma gravidez não-desejada. Chama a atenção, entretanto, a elevada porcentagem de entrevistadas da categoria universidade completa (62%), que reportaram que o tema não teve nenhuma influência na sua atitude e práticas em relação à gravidez não-desejada, diferentemente das demais categorias de escolaridade. As mulheres que se mostraram mais sensíveis e abertas a mudanças que lhes sejam positivas foram as que reportaram grau de escolaridade correspondente ao ensino médio incompleto (77,6%) e fundamental incompleto (71,3%).

Tabela 8 – *Influência das cenas sobre o tema gravidez não-desejada nas atitudes práticas das mulheres, por escolaridade*

	Escolaridade							Total
	Analfa-beta	Fund. Incomp	Fund. Comp.	Médio Incomp	Médio Comp.	Univ. Incomp	Univ. Comp.	
Passou a ter mais cuidado para não engravidar	60,00	71,31	60,00	77,59	62,80	71,43	38,1	65,40
Não influenciou na conduta	40,00	28,69	40,00	22,41	37,20	28,57	61,90	34,60
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,0	100,00	100,00	100,00
Número	25	122	70	58	164	14	21	474

Aproveitando o fato de que as entrevistas foram realizadas próximo a unidades de saúde, também perguntou-se às mulheres se as informações sobre saúde veiculadas na novela serviram de estímulo para que elas procurassem os serviços de saúde. Os resultados estão na tabela 9 e demonstram que mais da metade das entrevistadas (56,3%), responderam afirmativamente. Este percentual foi um pouco mais alto ainda para as entrevistadas com idade nas faixas de 18 a 24 anos (60%) e de 40 a 49 anos (60,6%). Entre as mulheres com idade de 25 a 29 anos, houve uma divisão exata entre aquelas que foram sensibilizadas e motivadas a procurar os serviços de saúde e aquelas que não foram. Finalmente, para as mulheres de 35-39 anos, a influência também não foi significativa.

Tabela 9 – *Influência do tema saúde nas atitudes e práticas das mulheres*

Informações sobre saúde serviram de estímulo para a mulher procurar um serviço de saúde	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
Sim	60,0	50,0	56,3	54,0	60,6	56,3
Não	40,0	50,0	43,7	46,0	39,4	43,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Número	100	90	103	87	94	474

Segundo informação fornecidas pelas entrevistadas, os serviços mais procurados foram os seguintes: consulta para realizar o exame preventivo do câncer ginecológico, que foi citada por 76% das mulheres; consulta para obter informações e orientações sobre o uso de métodos anticoncepcionais, com 42% das citações; e consulta para obter indicação de um método anticoncepcional, a fim de prevenir uma possível gravidez não-desejada, que teve 32% de citações. Independentemente da idade da mulher, o serviço mais procurado foi o exame preventivo do câncer ginecológico. O segundo lugar coube à categoria “outros”, nos quais foram citados os mais variados motivos para a consulta.

É interessante observar que a consulta a serviços de saúde em busca de informações e orientações sobre métodos anticoncepcionais e a consulta para iniciar o uso de anticoncepcionais estão em relação inversa à idade da mulher: quanto mais elevada a idade menor a prevalência desses fatores. No primeiro caso, como se vê na tabela 10, a consulta com fins de obter orientação anticoncepcional foi relatada por 52% das mulheres na faixa de 18-24 anos, mas por apenas 27,7% daquelas com idade de 40 a 49 anos. Quanto ao início do uso da anticoncepção, houve uma variação do máximo de 43%, entre as mulheres de 18 a 24 anos, ao mínimo de 21%, entre as de 40-49 anos.

Tabela 10 – *Porcentagem de mulheres segundo os serviços mais procurados nas unidades/postos de saúde, segundo a idade*

Serviços procurados	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
Realizar preventivo	66,0	80,0	76,7	80,5	77,7	75,9
Informação sobre métodos anticoncepcionais	52,0	47,8	41,7	41,4	27,7	42,2
Fazer uso da anticoncepção	43,0	36,7	35,0	21,8	21,3	31,9
HIV/Aids	26,0	16,7	22,3	26,4	31,9	24,7
Consulta pré-natal	34,0	24,4	24,3	25,3	13,8	24,5
Outro	32,0	44,4	47,6	50,6	58,5	46,4
Número	100	90	103	87	94	474

A entrevista foi finalizada perguntando-se às mulheres se, em sua opinião, nas novelas devem ser veiculados temas ou cenas com conteúdos sociais e educativos. Praticamente a totalidade das entrevistadas (94,5%) manifestou-se favoravelmente à inserção regular de conteúdos dessa natureza. Este percentual manteve-se alto independentemente da idade da mulher, como se vê na tabela 11. Mas foi ainda mais elevado entre as entrevistadas nas faixas etárias dos 18 aos 24 anos (97%) e dos 40 aos 49 anos (96,8%). Nas faixas etárias intermediárias encontram-se os índices mais baixos de apoio à inserção de cenas

socioeducativas nas telenovelas, isto é, ao merchandising social. Este não era o foco da pesquisa e, portanto, as razões pelas quais as entrevistadas eram favoráveis ou contrárias à presença de temas socioeducativos nas telenovelas não foi questionada. Contudo, pode-se postular que os índices mais baixos de favorabilidade nas faixas etárias intermediárias se deve, muito provavelmente, à maior disponibilidade e acessibilidade de informações atualizadas sobre os temas tratados na novela *Páginas da Vida*.

Tabela 11 – *Opinião das entrevistadas sobre a inserção de conteúdos sociais e educativos nas telenovelas, segundo a idade*

Inserção de conteúdos sociais e educativos nas novelas	Idade					Total
	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	
Sim	97,0	93,3	92,2	93,1	96,8	94,5
Não	0,0	1,1	1,0	0,0	2,1	0,8
Não sabe	3,0	5,6	6,8	6,9	1,1	4,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Número	100	90	103	87	94	474

Conclusões

O estudo cujos resultados estão relatados neste trabalho é a primeira tentativa consistente de averiguar os impactos das ações de merchandising social, considerando os aspectos da recepção, ou seja, relacionados à forma como as telespectadoras assíduas reagem frente às questões sociais e de saúde abordadas nas telenovelas e outros programas de entretenimento televisivos. Certamente, o merchandising social não é a estratégia que solucionará os problemas socioeducativos ainda prevalentes na sociedade brasileira. Porém, a sua contribuição à consecução desse magno objetivo já se mostrou bastante substancial, sendo passível de replicação em outros veículos e espaços midiáticos.

A pesquisa demonstrou que a maioria das telespectadoras de *Páginas da Vida* recordam-se de terem assistido, na telenovela, cenas com conteúdos socioeducativos que abordaram temas como saúde reprodutiva, planejamento familiar, gravidez não-desejada, gravidez na adolescência, HIV/AIDS, aborto e outros. Reportaram, também, em muitos casos, que aumentaram seus conhecimentos a respeito dos temas tratados e mudaram positivamente suas atitudes e práticas em função das informações obtidas nessas cenas. A partir delas, passaram a agir com mais cuidado, principalmente em relação à prevenção da gravidez não-desejada. Consuma-se, deste modo, o grande objetivo do merchandising social, que é o de aumentar o nível de conhecimento a respeito de uma determinada questão, ensinar a auto-reflexão e, assim, a tomada de uma decisão consciente a respeito.