

ENTRE O REAL E O FICCIONAL: EXAMINANDO A INFLUÊNCIA DAS SÉRIES MÉDICAS COM BASE NAS PERCEPÇÕES DOS ACADÊMICOS

Valdemir Soares dos Santos Neto¹
Damaris Strassburger²

RESUMO

O presente estudo parte da hipótese de que as séries, em específico às que ancoram suas narrativas na temática do universo médico, podem influenciar a subjetividade do sujeito no que tange a escolha pelo curso de Medicina. A partir dos pressupostos teóricos referentes à produção televisual, em Duarte (2005; 2007; 2008) e Jost (2007; 2012), buscou-se compreender como tais narrativas são constituídas, para que, no segundo momento, a revisão da literatura auxiliasse na compreensão acerca da subjetividade do sujeito contemporâneo em torno das mídias, por meio de uma abordagem multidisciplinar. O método de coleta de dados deu-se através da aplicação de questionários e entrevistas em profundidade com acadêmicos do curso de Medicina da UNIVALI (Itajaí/SC), com o objetivo de examinar as percepções dos respondentes. Os resultados demonstram que a maioria dos acadêmicos acredita que as séries médicas podem contribuir com o processo de escolha do curso.

PALAVRAS-CHAVE: produtos midiáticos; série ficcional; obras audiovisuais seriadas; séries médicas.

BETWEEN THE REAL AND THE FICTIONAL: EXAMINING THE INFLUENCE OF THE MEDICAL SERIES BASED ON THE PERCEPTIONS OF THE SUBJECTS

ABSTRACT

The present study is based on the hypothesis that TV series, in particular those the narratives in the thematic of the medical universe, can influence the subjectivity of the person regarding the choice of the medical course. Basing this study on the theoretical approaches about television production in Duarte (2005; 2007; 2008) and Jost (2007; 2012) we tried to look how such narratives are constituted, so that, in the second moment, the literature review could help us understanding about the subjectivity of the contemporary subject around the media, through a multidisciplinary approach. The data collection method was performed through the application of questionnaires and in-depth interviews with UNIVALI's medical students (Itajaí/BR), in order to examine the perceptions of the students. The results show that most academics believe that medical series can contribute to their course selection process.

KEYWORDS: fictional series; media products; medical series; serial audiovisual works.

¹ Discente do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC). E-mail: valdemirnetto@gmail.com

² Orientadora do projeto de Iniciação Científica. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM). Docente do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC). E-mail: damaris.strassburger@gmail.com

INTRODUÇÃO

Avaliar a dimensão midiática e suas relações de causa e efeito não demonstra ser um exercício fácil. Na medida em que as produções televisuais avançam, novas produções emergem no campo midiático visando cativar a atenção do telespectador. Muitos estudiosos comunicacionais ao longo do tempo se propuseram a compreender como os produtos midiáticos são consumidos, seja mensurando o grau de audiência, seja analisando a decodificação das mensagens implícitas e/ ou explícitas, o que, obviamente, torna-se muito importante para que a comunidade científica avance, do ponto de vista da comunicação, em torno da epistemologia que norteia os processos comunicacionais.

Aqui, portanto, este estudo visa lançar o olhar sobre as obras audiovisuais seriadas, popularmente conhecidas como séries, em específico as que recorrem à temática médica. Muito mais que compreender como essas séries são articuladas, este estudo propõe-se examinar, de modo geral, se as séries que recorrem a essa temática podem exercer determinada influência em torno dos sujeitos contemporâneos, interferindo nos processos de tomada de decisão, principalmente no que tange à escolha profissional. A partir desse pressuposto, a investigação parte da hipótese de que as séries podem contribuir, de algum modo, para com esse processo de decisão.

Nessa perspectiva, o estudo busca apresentar a teoria elucidando a operacionalização das séries e conceituando o seu papel, enquanto produto ficcional com base nas teorias de Duarte (2005; 2007; 2008) e Jost (2007; 2012). Nesse sentido, apresenta uma contextualização acerca das séries médicas, considerando tanto os conceitos de gênero, subgênero, formato e tom, quanto os aspectos que envolvem a convergência midiática. Em momento posterior, recorre à Psicologia, em uma abordagem multidisciplinar, visando entender os aspectos subjetivos que norteiam o indivíduo, em uma condição que o coloca como consumidor de diferentes produtos midiáticos.

CONTEXTUALIZANDO AS SÉRIES MÉDICAS

Diante dos avanços tecnológicos, a indústria televisiva precisou se adaptar para continuar atendendo à demanda de seus consumidores. Assim, novos produtos

mediáticos começaram a emergir neste cenário, visando contemplar uma das funções pragmáticas da televisão que é o entretenimento (DOURADO, 2012)³. Para tanto, as produções começaram a recorrer a narrativas temáticas da área do saber intentando-se em compor seus enredos.

A temática médica começou a ser recorrente nas produções televisuais no início da década de 60 na Inglaterra, contudo, somente nos Estados Unidos que a temática em questão começou a ser explorada pelas emissoras televisivas. Desde então, o universo médico já foi explorado ao longo dos anos por aproximadamente 70 produções. Atualmente, as séries que englobam a temática médica continuam cativando o público e ganhando seu espaço. Para Neves (2019) “médicos, enfermeiros, anestesistas e residentes só rivalizam em assiduidade na TV com policiais e advogados – outros arquétipo-fetichê das plateias e da psique ianques” (NEVES, 2019).

Segundo uma pesquisa realizada pela *7Park Data* (HOLLYWOOD REPORTER, 2017), dentre todas as séries presentes atualmente no catálogo da *Netflix*, *Grey's Anatomy* (figura 1) foi a produção mais assistida da plataforma de *streaming* em 2017. Lançada em 2005 pela *American Broadcast Television (ABC)*, a série conta com mais de 50 premiações no currículo, incluindo o Globo de Ouro em 2008, como melhor série de drama da TV americana.



Figura 1 – Elenco da primeira temporada de *Grey's Anatomy*
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

³ Para o autor, ainda que as funções pragmáticas da televisão sejam a informação e a educação, o entretenimento é o que mais se sobressai.

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

A produção começou a ser exibida no Brasil pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em 2008, sendo esporadicamente adicionada à grade de programação. Em 2019, com a exibição do 222º episódio, a produção se consagrou como a série médica mais assistida da história da televisão mundial, superando, assim, a marca alcançada pela série *E.R (Emergency Room)* produzida na década de 90 e que ficou no ar até 2009.

Ainda tratando das séries que englobam o universo médico, um levantamento encomendado pela *Eurodata TV WorldWide* (HUFFPOST, 2009) apontou *Doctor House* (figura 2), produzida pelo canal norte-americano FOX, como a série dramática mais assistida em 2008. Apesar de ter sido lançada em 2004, a série foi veiculada até o ano de 2012, tendo sido exibida no Brasil pela Rede Record entre 2008 e 2016. Atualmente, a série pode ser encontrada no acervo do *Globoplay*, plataforma de *streaming* da Rede Globo de Televisão (RGT).

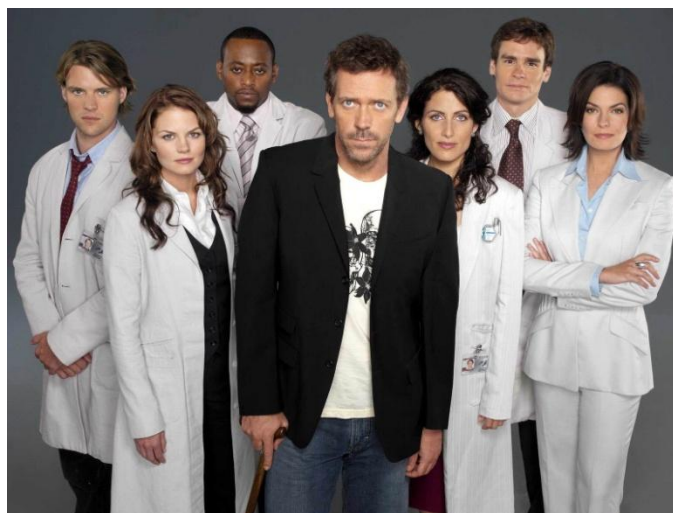


Figura 2 – Elenco principal da primeira temporada de *Doctor House*
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

A série retrata a vida do médico Gregory House, um infectologista e nefrologista que se destaca não apenas por suas habilidades e competências, mas também pelo seu

senso de mau humor e ceticismo. No que se refere à temática médica, *House* é a única série da atualidade com mais indicações do que *Grey's Anatomy*. Ao todo são mais de 56 prêmios, incluindo o Globo de Ouro e o Emmy Awards, uma das principais academias que reconhecem as melhores produções audiovisuais da TV norte-americana. Nesta perspectiva, para Castro (2006 p. 211) abordar a televisão envolve “pensar preliminarmente em uma produção regulada pelo consumo. Tudo que nela produz visa à conquista de audiência, porque sem lucro não há condições de sustentabilidade”. Obviamente, essas são apenas algumas séries que retratam como essas produções tem cativado o gosto do público ao longo dos anos.

A partir desta contextualização, algumas janelas aqui são abertas o que nos leva a obter um maior aprofundamento: afinal, as séries que recorrem ao universo médico podem exercer algum tipo de influência na vida dos sujeitos midiáticos? Antes de compreendermos de fato se tal suposição é passível de ser verídica, faz-se necessário entender como essas séries são operacionalizadas. Neste sentido, o próximo tópico busca conceituar o modo de operação desses produtos midiáticos à luz dos estudos sobre produção televisual de Duarte (2005; 2007; 2008) e Jost (2007; 2012).

ESTRUTURA OPERACIONAL DAS SÉRIES: GÊNERO, SUBGÊNERO, FORMATO E TOM

Ainda que nos dias atuais as séries sejam consumidas nos mais diversos canais midiáticos, aqui, salienta-se que o início deste movimento se deu na indústria televisa. Deste modo, a revisão da literatura recai sobre autores que são referência no que tange a produção televisual. Duarte (2007) esclarece que dentro do fazer televisivo, as emissoras ou produtoras, antes mesmo de iniciarem suas produções precisam, de antemão, enquadrar tais obras no que se refere a **gênero, subgênero, formato e tom**.

Gênero: Para Duarte (2007, p. 1), os gêneros são “categorias discursivas e culturais que se manifestam sob a forma de subgêneros e formatos”. Nessa perspectiva, do ponto de vista da produção audiovisual, este processo começa na concepção em torno do produto a ser criado com vistas a contemplar a proposta pretendida pelos idealizadores. Em outras palavras, antes mesmo da materialização, o gênero, enquanto categoria discursiva, está diretamente atrelado aos planos de realidade sob os quais determinado

produto irá se constituir. O quadro 1 elucida os aspectos principais que norteiam os planos de realidade.

Meta-realidade	Supra-realidade	Para-realidade
<p>“Tipo de realidade discursiva que tem como referência direta o mundo exterior e natural (...). Tem por base acontecimentos exteriores ao meio sobre os quais a tevê não tem controle” (DUARTE, 2008, p. 181 – <i>grifo nosso</i>).</p>	<p>“Tipo de realidade veiculada pela televisão que não tem compromisso direto com o mundo exterior, mas com uma coerência interna ao discurso que produz (...) têm por base a verossimilhança” (DUARTE, 2008, p. 181 – <i>grifo nosso</i>)</p>	<p>“Um novo tipo de realidade veiculada pela televisão - que não tem como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo cujos acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio meio”. (DUARTE, 2008, p. 181 – <i>grifo nosso</i>)</p>

Quadro 1 – Planos de realidade de acordo com os estudos de Duarte (2008)

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

A partir desses planos de realidade, chegamos ao conceito de gênero ficcional, que, do ponto de vista da supra-realidade, comporta produtos que não possuem compromisso com o mundo exterior – ainda que algumas dessas produções busquem o embasamento na realidade para a composição do *corpus* narrativo discursivo.

Subgêneros: A partir do conceito de gênero, temos, então, os chamados subgêneros. Para a autora, “a noção de subgênero está, assim, no limiar do discurso” (DUARTE, 2007, p. 5), ou seja, está relacionado às operações realizadas pelas emissoras para a construção de um produto televisivo. Em outras palavras, o subgênero tem relação com o modo como determinado produto audiovisual irá operar. No Brasil, a telenovela, por exemplo, é um subgênero recorrente nas produções televisas, cuja atualização se ancora no gênero ficcional. Nesta perspectiva, entende-se que enquanto o subgênero está relacionado ao modo de operação, o gênero permite configurar à qual plano de realidade determinado produto irá atuar. O quadro 2 elucida como essa articulação é materializada.

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

Gênero	Subgênero	Planos de realidade
Factual	Telejornais Documentários Reportagens Entrevistas	Meta-realidade
Ficcional	Novelas Minisséries Séries Filmes	Supra-realidade
Simulacional	<i>Reality shows</i> <i>Game shows</i> <i>Talk shows</i>	Para-realidade

Quadro 2 – Articulação entre o gênero, subgênero e os planos de realidade com base nos estudos de Duarte (2008)

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Formato: Segundo Duarte (2007), o que irá legitimar e configurar esses produtos é o formato. Trata-se de atribuições técnicas que permitem contemplar a realização de tais obras. Jost (2007) elucida que o formato se constitui de especificações que visam legitimar o *corpus* de determinada atração. Do ponto de vista do enquadramento técnico das obras do gênero ficcional, “o formato estrutura-se como uma bíblia, que enumera e descreve todas as restrições que recaem sobre a concepção do roteiro: duração do episódio, caráter dos personagens, tipos de histórias possíveis” (JOST, 2007, p. 78).

O formato é a forma de realização dos subgêneros, na medida em que pode até mesmo reunir e combinar vários subgêneros em uma única emissão. Nessa direção, Duarte (2007) elucida que,

os traços categoriais de gênero seriam responsáveis então por um certo tipo de relação com o mundo, colocando à disposição do telespectador um certo nível ou plano de realidade e modo de ser, mobilizadores de crenças e saberes e condicionadores das expectativas e do prazer dos telespectadores. Já os subgêneros e formatos seriam responsáveis pelos percursos de configuração dessas realidades, ou seja, pelos seus procedimentos de colocação em discurso, projetando sobre essas categorias genéricas formas que as estruturariam, permitindo sua manifestação. (DUARTE, 2007, p.04).

A partir da referência da autora, entende-se então que com o gênero definido, o subgênero e o formato são os que legitimariam ao público a compreensão acerca da obra em questão, pois os mesmos “seriam responsáveis pelos percursos de configuração

dessas realidades, ou seja, pelos seus procedimentos de colocação em discurso, projetando sobre essas categorias genéricas formas que as estruturariam, permitindo sua manifestação” (DUARTE, 2007, p. 04).

Tom: Duarte (2007) elucida que o tom acaba, muitas vezes, sendo negligenciado pelos estudiosos comunicacionais, embora desempenhe um papel fundamental, tendo em vista ser ele o responsável por permitir com que o telespectador reconheça e estreite os laços com os produtos televisuais. Na perspectiva da autora, por exemplo,

o tom principal, expectativa de um subgênero como o telejornal, é o de seriedade, pois ele confere efeitos de sentido de verdade, confiabilidade, credibilidade ao que está sendo noticiado. A esse tom principal, agregam-se tons complementares, tais como formalidade, contração, profundidade, etc. (DUARTE, 2007, p. 9)

Dessa forma, o tom se caracteriza como uma opção discursiva, a partir da qual a narrativa busca ser reconhecida pelo espectador (a exemplo do tom de leveza, de seriedade, de sarcasmo). A figura 3 elucida como o tom é mobilizado em um episódio, aqui no caso em específico em torno das séries médicas.

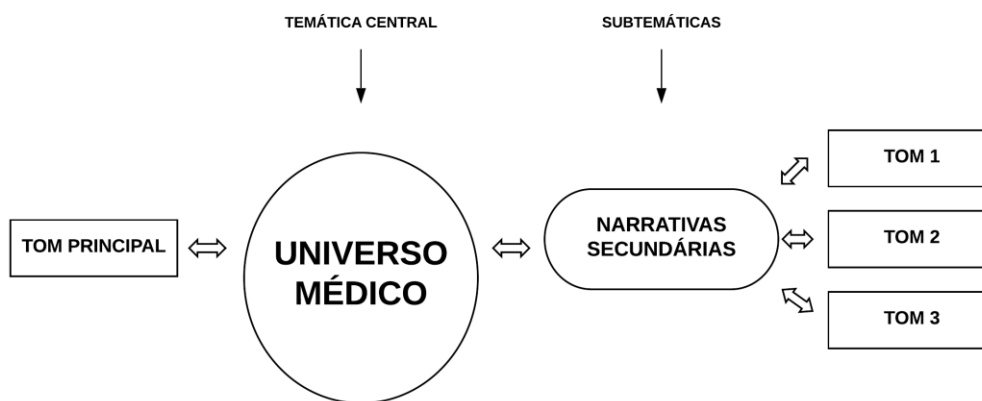


Figura 3 – Mobilização do tom dentro da produção televisual

Fonte: Elaborado pelo autor (2019) com base nos estudos de Duarte (2005; 2007).

Ainda no que tange ao tom, como se observa na figura 3, um único episódio pode recorrer a vários tons para a construção de suas narrativas, o que é considerado como uma combinatória tonal, entretanto, entende-se que a identidade da série está atrelada ao tom central que a série irá empregar, isto é, ainda que ao longo de uma temporada a série recorra a diferentes tons, o público seria capaz de reconhecer o tom

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

central empregado na obra. Espera-se, por exemplo, que o tom a ser mobilizado pelo protagonista House (ironia, sarcasmo), da série *Dr. House*, se sobreassai em relação às demais subtemáticas que irão se apropriar de outros tons para a construção narrativa (dramaticidade, leveza, etc.)

Adiante no percurso investigativo, ao interseccionarmos os estudos que envolvem a produção televisual com as séries que recorrem à temática médica, percebe-se que, ainda que tais obras se enquadrem em um plano de realidade (supra-realidade) que tenha coerência com o mundo exterior, elas não se propõem a ser um retrato fiel da vida real, conforme apresenta o quadro 3. No quadro, é possível perceber, também, como a mobilização do tom é empregada por tais produções como dispositivo discursivo permitindo com que o telespectador se familiarize com a narrativa, conforme a perspectiva de Duarte (2007).

Gênero ↓ (Ordem da virtualidade)	Subgênero ↓ (Ordem da realização)	Formato ↓ (Ordem da realização)	Tom ↓ (Ordem da identidade) ⁴
Planos de realidade	Tipos de emissões	Emissões específicas	Tonalização
Ficcional ↓ supra-realidade	Seriado	<i>E.R</i> (<i>Plantão Médico</i>)	Ironia Drama Leveza Sarcasmo
Ficcional ↓ supra-realidade	Seriado	<i>Dr. House</i>	Sarcasmo Ironia Seriadade
Ficcional ↓ supra-realidade	Seriado	<i>Grey's Anatomy</i>	Melodrama Leveza Seriadade

Quadro 3 – Exemplificação da articulação do gênero, subgênero, formato e tom nas séries apresentadas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Nesta dialética entre o gênero ficcional e, respectivamente, as narrativas temáticas que se ancoram nas áreas do saber, no que se refere às produções televisuais,

⁴ Termo cunhado pelo autor com base nos estudos de Duarte (2005;2007).

do ponto de vista do enquadramento teórico, não há o que se discutir. Entretanto, se projetarmos o olhar para os sujeitos percebe-se que no âmbito das pesquisas em comunicação faltam ainda estudos que contemplem melhor essas relações entre a influência midiática exercida pelas ficções seriadas e os seus impactos na subjetividade dos indivíduos.

Nessa direção, o teórico comunicacional francês François Jost, ao escrever a obra “Do que as séries americanas são sintomas?”, no que se refere às obras ficcionais, o autor elucidou que essas produções, ainda que ancoradas em um plano que não tenha compromisso com a realidade, podem despertar nos indivíduos o desejo de saber, de obter respostas para fatos que ainda são desconhecidos (JOST, 2012). Nesta perspectiva, para o autor, “certas ficções preenchem tão bem esse desejo que despertam vocações” (JOST, 2012, p. 45). Então, com base nessas inquietações iniciais, partindo dos pressupostos teóricos, no que tange as séries que recorrem à temática médica como estrutura narrativa, eis a problemática: tais obras, ainda que não tenham compromisso com a realidade podem exercer alguma influência na vida dos seus respectivos consumidores?

Para que haja um maior aprofundamento acerca da dimensão midiática imposta por esses produtos nos sujeitos, precisamos entender, também, como esses produtos estão sendo distribuídos nos meios midiáticos nos dias de hoje, de modo que os resultados obtidos possam tencionar trabalhos de maior envergadura a fim de entender a real influência midiática contidas nesses produtos.

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: ASPECTOS CONCERNENTES À DISTRIBUIÇÃO

Com base na contextualização das séries que englobam o universo médico, cabe ressaltar que as revoluções técnico-científicas permitiram ao público acompanhar as atrações em qualquer hora, de qualquer lugar, tornando os telespectadores mais ativos no processo comunicacional e menos dependentes do fluxo unidirecional da televisão (DI FELICE, 2008) frente à convergência midiática (JENKINS, 2009). Com a emergência da internet, bem como de novas plataformas de consumo midiático, os indivíduos buscam vivenciar novas experiências de consumo perante as mídias disruptivas que anseiam na sociedade contemporânea.

Como exemplo, as plataformas de *streaming* têm buscado proporcionar ao público atrações que, de antemão, são produzidas pelas empresas televisivas, mas que, devido a esta convergência, agora podem ser facilmente acessadas em outros meios de acesso, ou seja, esta descentralização no consumo permite aos sujeitos vivenciarem novas experiências multimídias (JENKIS, 2009). Se antigamente os sujeitos eram obrigados a esperar os episódios de determinada série, hoje, as plataformas de streaming já priorizam o lançamento de todos os episódios de uma única vez, ou seja, neste novo panorama, os sujeitos estão mais propensos a uma maior exposição. Os estudos comunicacionais em torno dessas novas plataformas já se atentam, por exemplo, para o fenômeno do *binge-watching*⁵. Essa descentralização na forma como o público consome tais produtos requer um olhar mais amplo, especialmente quando se considera o fato de que os sujeitos estão mais propensos a essa exposição midiática.

Deve-se ter em mente que “a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 39). Assim, ao lançarmos o olhar para as obras audiovisuais seriadas, observa-se que se trata de um espaço onde,

pode-se ter acesso e conhecimento de realidades distantes, visões de mundo, quadros de referência compartilhados nas diversas realidades sociais e culturais – de acordo com seu modo operatório – e subsídios que auxiliam na construção e formação de identidades culturais” (ROCHA e MARQUES, 2006, p. 40).

Com base nessa citação percebemos que tais produtos tendem a ampliar o campo de visão do telespectador. Nesta perspectiva, Jensen (1997, p. 175) reflete como os sujeitos que consomem tais produtos se configuram como um “novo receptor” autônomo, de modo que os mesmos possam “estar perdendo a visão analítica do aspecto textual da inter-relação da recepção”. Ou seja, até que ponto o conteúdo presente nestas narrativas tende a corroborar para com a subjetividade dos seus telespectadores? A partir do objetivo delimitado nesta investigação, que busca entender como essa influência se denota presente, torna-se indissociável contextualizar os estudos que envolvem a recepção midiática.

Assim, ao discutirmos sobre as produções televisuais, no que tange as obras audiovisuais seriadas, pensar nos processos de produção desses produtos implica a

⁵ Refere-se à prática de assistir compulsivamente determinado produto midiático, popularmente conhecido como ato de maratonar. Hábito comum entre os consumidores de obras audiovisuais seriadas.

consideração ao fato de que tais processos operam como articuladores no que se refere à construção da mensagem, que tende a propiciar práticas interpretativas por parte dos sujeitos e, em outras palavras, visa fomentar o imaginário social, podendo propor indagações, reforçar ou questionar valores. De modo geral, envolve considerá-las como um movimento que, atrelado ao processo de recepção e codificação, viabiliza aos sujeitos a compreensão da cultura, e, nesse sentido, confere também recortes de realidades até então desconhecidas (ROCHA e MARQUES, 2006).

Neste sentido, o exame do ponto de vista dos receptores seria capaz de fornecer impressões mais detalhadas acerca de tais obras e suas relações para com essa influência. Assim, partindo dos objetivos que norteiam este estudo, o movimento investigativo, de antemão, se legitimaria contundente em validar a hipótese que recai sobre este estudo visando inferir se essa influência faz-se pertinente perante os sujeitos. Para que possamos compreender essas percepções e extrair informações pertinentes, o próximo tópico busca contextualizar de forma breve como os produtos midiáticos podem influenciar a subjetividade dos indivíduos contemporâneos.

O SUJEITO E A SUBJETIVIDADE: O IMAGINÁRIO EM TORNO DAS MÍDIAS

O enfoque teórico em torno da subjetividade não se trata exclusivamente de um assunto de domínio das ciências psicológicas. Outras áreas do saber, a exemplo da Filosofia, vêm tecendo pesquisas em torno dos aspectos que permeiam a subjetividade. Para a psicanálise, a subjetividade se ancora com base em três dimensões topológicas: as dimensões do simbólico, do imaginário e do real. Ainda que todos sejam importantes para compreendermos como a mídia exerce sua influência na subjetividade dos sujeitos, aqui, este estudo centra seu olhar na função do imaginário.

Para Silveira (2004) os estudos do ponto de vista das ciências psicológicas tornam-se primordiais a fim de compreender a influência da mídia na formação e transformação da subjetividade “em particular a sua influência nas relações de trabalho e nas formas emergentes de relacionamentos (...) que contribuem para a formação de novas identidades” (SILVEIRA, 2004, p. 49). Segundo Moreira (2010), do âmbito da Psicologia, a mídia constrói narrativas ficcionais, a exemplo do que acontece nas telenovelas, ancoradas em assuntos que fazem parte do cotidiano dos sujeitos, ampliando o olhar do telespectador sobre determinadas temáticas. Para o autor,

A mídia televisiva conta com o apelo das imagens que simulam a realidade cotidiana para influenciar os sujeitos. (...) a influência das telenovelas se faz sentir nas diferentes camadas sociais. Essas influências, por vezes, ampliam horizontes discursivos, quando as novelas tratam de temas polêmicos como distúrbios alimentares, loucura, homossexualismo e outros, tentando apresentar para os telespectadores os enigmas e sofrimentos presentes nessas realidades (MOREIRA, 2010, p. 4).

Ainda que o autor mencione as telenovelas, tais produções se enquadram dentro do mesmo plano de realidade que as séries (objeto deste estudo), que não tem por objetivo retratar a realidade (supra-realidade), entretanto, para Silva e Santos (2009):

O poder de manipulação da mídia pode atuar como uma espécie de controle social, que contribui para o processo de massificação da sociedade, resultando num contingente de pessoas que caminham sem opinião própria. Subliminarmente, através da televisão, das novelas, jornais e internet, é transmitido um discurso ideológico, criando modelos a serem seguidos e homogeneizando estilos de vida. (SILVA; SANTOS, 2009, p. 2)

Segundo Guareschi (2004, p. 34) “poderíamos argumentar que temos a possibilidade de discordar do que é dito e mesmo criticar o que chega até nós. Mas uma coisa não podemos fazer: é saber o que foi propositadamente ocultado, o não dito, o silenciado”, e é justamente disso que este texto se trata. Nesta perspectiva, Barroso (2006) elucida que “as imagens norteiam a identificação do sujeito, são imagens-guias da constituição do eu, em sua mais radical alteridade” (BARROSO, 2006, p. 93).

Nesta dialética entre os estudos concernentes às práticas midiáticas e as reflexões que envolvem a subjetividade há de se observar que se trata de um espaço propício no que tange os estudos comunicacionais, principalmente quando se considera que as produções televisuais são disseminadas em todas as plataformas possíveis. Nessa perspectiva, torna-se importante compreendermos até que ponto essa influência da mídia na subjetividade dos indivíduos pode ser considerada positiva.

Será que o novo personagem não tem nada a ver com a construção de nosso ser, de nossa subjetividade? Se nós somos o resultado da soma total de nossas relações, será que as relações que estabelecemos com a mídia não teriam algo a dizer sobre o que somos? (...) A psicologia está pensando e pesquisando a formação do ser humano, de sua subjetividade nos dias atuais? Que tipos de pessoas estão sendo construídas dentro dessa nova sociedade midiada? Que comportamentos e atitudes tornar-se-ão preponderantes na vida das pessoas? (GUARESCHI, 2004, p. 32-33)

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

A partir desta contextualização é possível perceber o poder transformador da mídia nos processos de construção dos indivíduos em sociedade. Nesta perspectiva, diante de todo esse processo de influência que permeia as instâncias comunicacionais, a figura 4 elucida de forma concisa a influência à qual este texto se refere. Assim, compreendemos que, do ponto de vista da produção, julga-se importante compreender os aspectos que norteiam essas obras; do ponto de vista da distribuição, a figura exemplifica como os aspectos que englobam essa instância são importantes agentes no processo da influência; entretanto, do ponto de vista dos sujeitos percebe-se que esse processo de influência carece de um aprofundamento maior de modo que possamos compreender de fato como tal movimento se torna evidente.

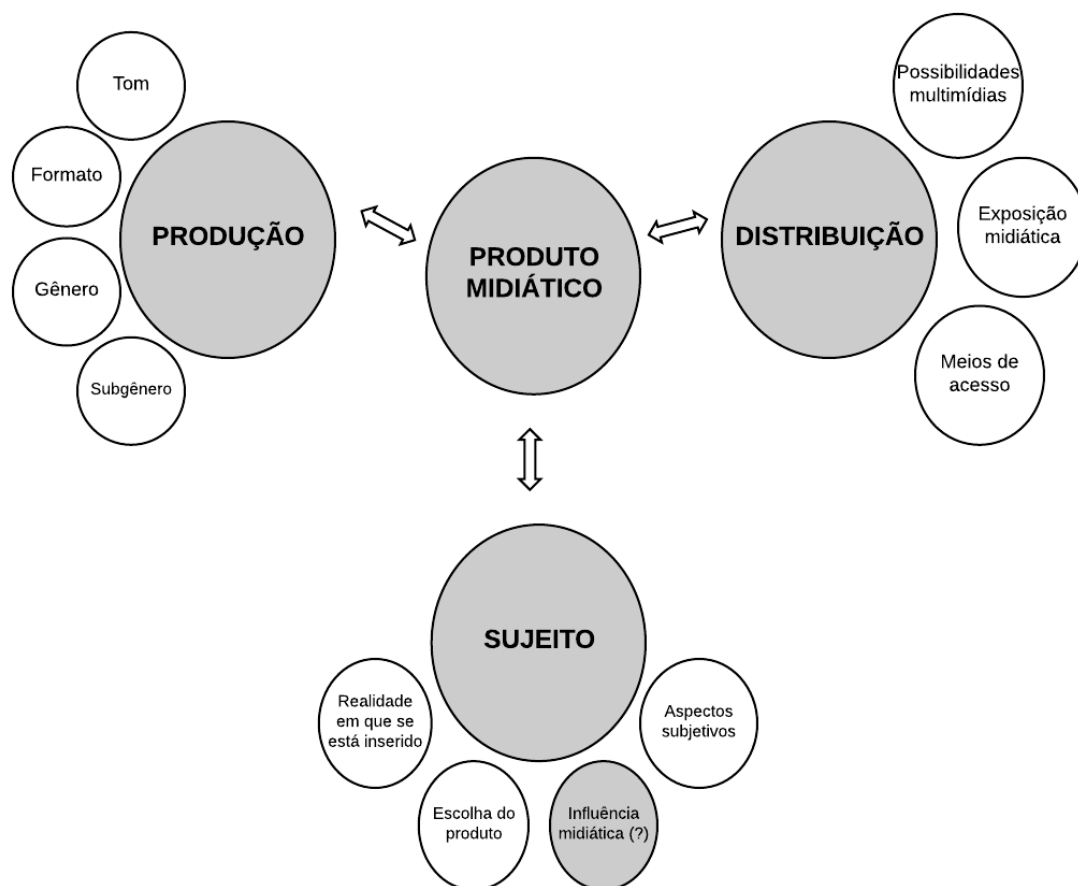


Figura 4 – Aspectos concernentes à influência midiática
Fonte: Elaborado pelo autor, 2019.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir dos pressupostos teóricos, este estudo volta o olhar para o sujeito, enquanto consumidor midiático, com o objetivo de compreender se a mídia exerce influência nos sujeitos. Deste modo, partindo da problemática apresentada se tais séries, ainda que não tenham compromisso com a realidade podem exercer alguma influência na vida dos seus respectivos consumidores, o enfoque central desta investigação busca compreender se tais produções, em específico as que ancoram suas narrativas na temática médica, podem contribuir para o processo de decisão de escolha do curso de Medicina, enquanto área de atuação profissional. Para tanto, a população definida foi o curso de Medicina da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC), do *campus* de Itajaí, no município de Itajaí/SC.

No que se refere à amostra definiu-se como probabilística aleatória simples, visto que neste tipo de amostra, segundo Martins e Theóphilo (2009, p. 109) “todos os elementos da população têm igual probabilidade de compor a amostra, e a seleção de um particular indivíduo, ou objeto, não afeta a probabilidade de qualquer outro elemento ser escolhido”. Visto que há certa probabilidade de não atingir todos os elementos necessários da amostra, definiu-se então uma margem de erro de 6%, com um grau de confiabilidade de 95%. Ao todo foram considerados um total de 185 respondentes. A pesquisa foi realizada entre os dias 15/09/2018 e 30/09/2018. Por se tratar de uma amostra aleatória, não houve critérios de seleção para a escolha dos sujeitos.

No sentido deste percurso, após o processamento dos dados obtidos com a pesquisa quantitativa, nesta etapa da pesquisa foram realizadas entrevistas em profundidade com participantes alguns acadêmicos buscando-se uma melhor compreensão dos resultados. O roteiro foi estruturado de modo que os entrevistados se familiarizem com o tema proposto, visto que a entrevista em profundidade é “um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2008, p. 62).

Para a autora, a pesquisa qualitativa é uma forma bastante eficaz para coletar as impressões pessoais dos entrevistados e, deste modo, propor inferências. Duarte (2006) explica que essa forma de contato com o entrevistado é o procedimento mais adequado, pois o material obtido permite ao pesquisador uma análise detalhada acerca do assunto abordado. No que se refere à seleção dos sujeitos para a realização da entrevista,

selecionou-se três respondentes com base nos seguintes critérios: **a)** acredita totalmente no poder de ajuda das séries médicas; **b)** acredita moderadamente no poder de ajuda das séries médica; e **c)** não acredita no poder de ajuda das séries médicas.

ANÁLISE DOS DADOS QUANTITATIVOS

No primeiro momento, o questionário buscou identificar o perfil dos acadêmicos do curso de Medicina da UNIVALI (2018/2). Dentro deste universo, os dados obtidos apontaram que a maioria dos acadêmicos é do gênero feminino com 60% contra 40% do gênero masculino. Os estudantes possuem entre 17 e 33 anos.

A partir do objetivo definido em compreender qual a relação dos acadêmicos com as séries médicas, a investigação se propôs a elucidar em qual meio de comunicação este consumo demonstrou ser mais evidente. De modo geral, 76% (165 respondentes) afirmaram assistir tais produtos pela *Netflix*, seguido pelas emissoras de TV por assinatura com 10,2% (22 respondentes), conforme apresenta a figura 5. Salienta-se que nesta questão, os respondentes poderiam assinalar mais de uma opção.

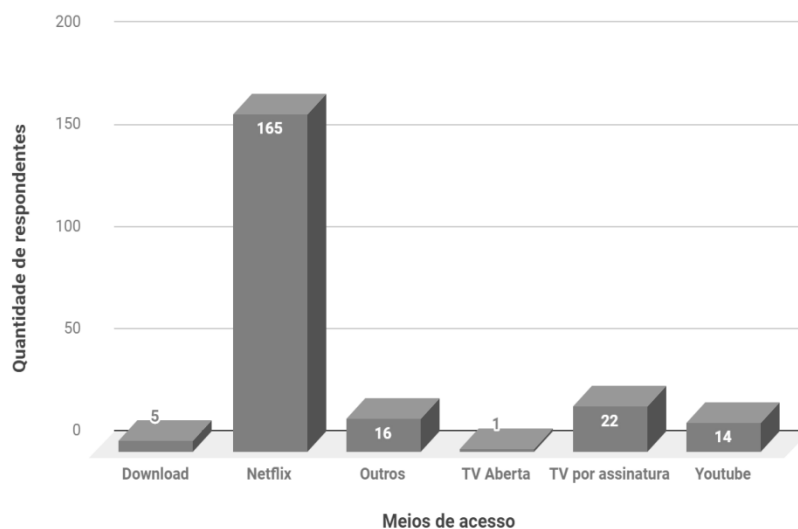


Figura 5 – Meios de acesso mais apontado pelos respondentes (2019)
Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Com isso, os estudantes deveriam selecionar qual série, dentro da temática médica, os mesmos assistiam. Aqui, inferiu-se que a série *Grey's Anatomy* se

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

consolidou como a série mais assistida pelos acadêmicos com 45,1%, seguidamente de *Doctor House* com 43,4%, como apresenta a figura 6.

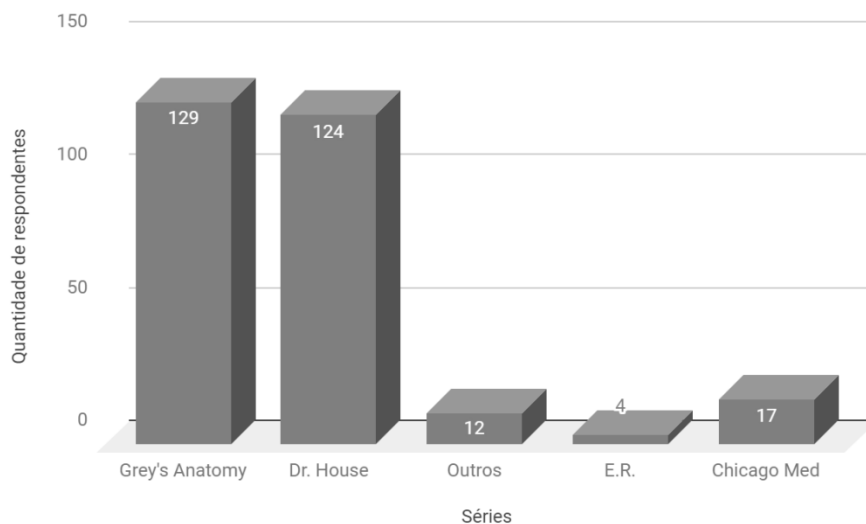


Figura 6 – Séries mais apontadas pelos respondentes (2019)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Buscando examinar a percepção dos entrevistados, o questionário verificou se os acadêmicos acreditavam que essas séries poderiam ajudar na hora da escolha do curso. Os dados, conforme apresenta a figura 7, apontam que 55% dos respondentes acreditam que as séries, sim, podem contribuir para essa ajuda de forma moderada. Já 36,6% não acreditam neste poder de auxílio das mesmas.

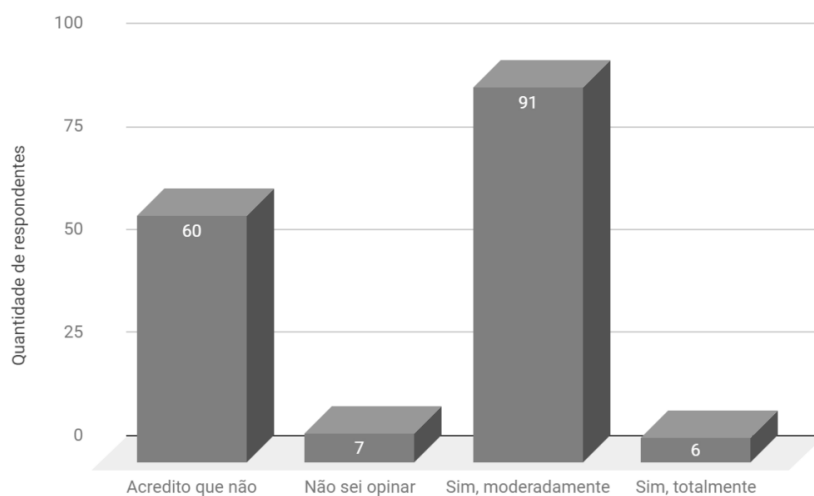


Figura 7 – Percepções dos sujeitos no em torno das narrativas exibidas nas séries mencionadas (2019)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A partir dos levantamentos apresentados, a segunda etapa da pesquisa buscou compreender qual era a percepção que os mesmos apresentavam no que tange a essas séries. O objetivo proposto pelo questionário visou captar, ainda que de forma quantitativa, aspectos relacionados que pudessem identificar uma possível influência por parte das séries. Ainda que a maioria dos respondentes afirmasse que tais obras retratam a realidade de forma moderada, os acadêmicos deveriam marcar em uma escala de 0 a 10 o quanto acreditavam que essas produções contribuíram de forma significativa para o aprofundamento maior da área com base no conteúdo midiático em questão. Assim, recorrendo a escala com a variação entre 0 e 10, a média 3,52 se fez presente nas respostas, como apresenta a figura 8.

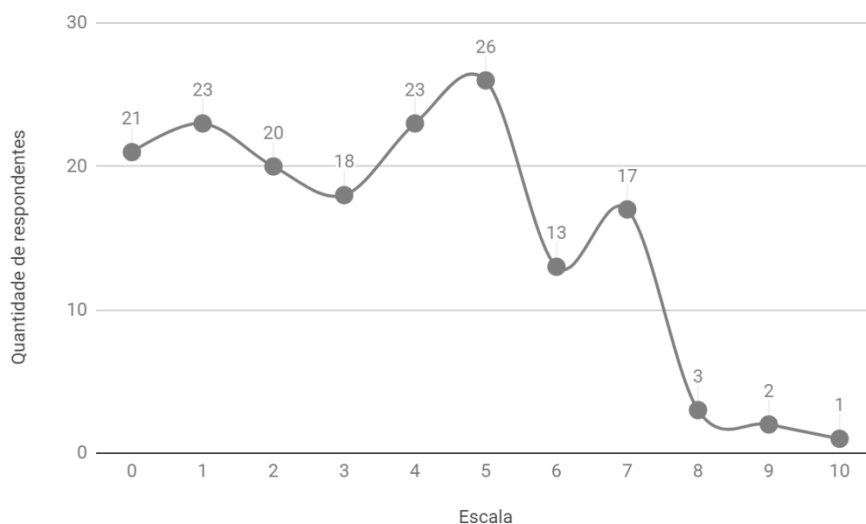


Figura 8 – Grau de contribuição da série para com o aprofundamento dos acadêmicos (2019)
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Usando a escala com variação entre 0 e 10, os acadêmicos deveriam responder o quanto acreditavam que as séries poderiam influenciar no processo de escolha do curso. Os resultados obtidos apontaram uma média 5,0 na escala, ou seja, metade dos entrevistados apresentou estarem mais propensos a serem influenciados pelas séries, já a outra metade, apesar dos níveis baixos, não negaram totalmente a influência das séries, como apresenta a figura 9.

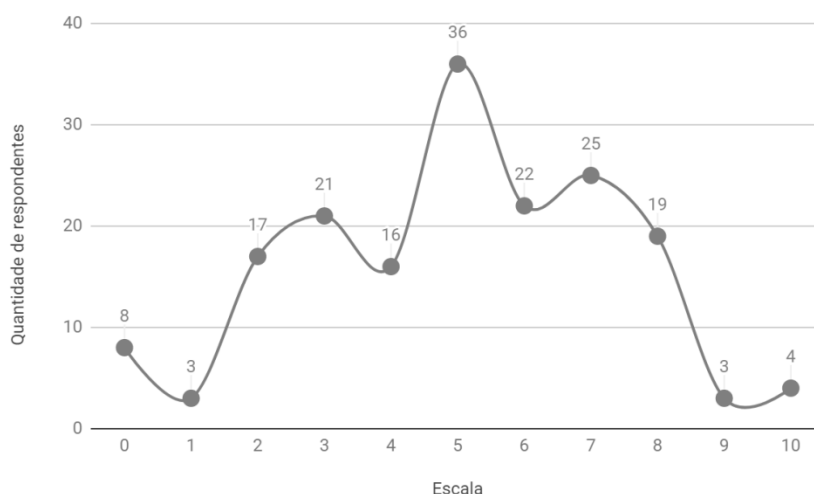


Figura 9 – Grau de influência com base nas percepções dos sujeitos (2019)
Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

No final dos questionários, os acadêmicos foram questionados por quais motivos decidiram cursar Medicina, assim, 62,6% (159 respondentes) disseram ter escolhido o curso por gostar da área, já 24,4% (62 respondentes) apontaram que se basearam na carreira profissional, 7,1% (18 respondentes) elucidaram ter recebido influência da família, e 2,4% (6 respondentes) afirmaram querer estabilidade financeira. Os respondentes poderiam assinalar mais de uma alternativa.

ANÁLISE DOS DADOS QUALITATIVOS

Na entrevista em profundidade procurou-se escutar os estudantes que mencionaram acreditar de forma moderada e totalmente, e os que não acreditam nesta influência, conforme critérios estabelecidos nos percursos metodológicos. Assim, esta seção busca apresentar alguns trechos importantes que visam compreender como essa influência está presente nesses produtos midiáticos. Os acadêmicos: **a)** Acadêmica 1 (18 anos, sexo feminino); **b)** Acadêmica 2 (20 anos, sexo feminino); e **c)** Acadêmico 3 (19 anos, sexo masculino).

Na visão da acadêmica 1, a série contribuiu de maneira significativa, pois se configura como uma prévia do que irá acontecer antes mesmo de entrar na faculdade. A entrevistada afirmou que, ao assistir a série, acabou criando um laço afetivo muito grande com a produção, fazendo despertar seu interesse pela área médica.

Eu estava muito indecisa no ensino médio, foi quando comecei a assistir a série (...) a princípio eu me encantei pelos personagens, pelo enredo, mas depois fui tendo uma outra visão sobre a série, sobre a prática médica. (Acadêmica 1) *(grifo nosso)*

No meu último ano do ensino médio resolvi começar a fazer um cursinho, mas já tinha em mente que queria cursar Medicina. Mas acredito também que deveria ser uma vocação, então acredito que a série me ajudou a enxergar isso. É um curso puxado, não é qualquer um que têm fôlego. (Acadêmica 1) *(grifo nosso)*

Já para a acadêmica 2, a mesma esclarece que esse processo de ajuda torna-se válido, porém, se apresenta de forma moderada. Portanto, a entrevistada demonstra certa preocupação no que se refere ao embasamento na série para a tomada de decisão da escolha do curso de Medicina, pois, trata-se de um recorte que nem sempre irá condizer com a realidade.

Pensando na escolha do curso, para quem consegue ter uma ampla atividade de séries, ver vários tipos diferenciados, acho que elas (as séries) ajudam muito a elucidar assim, o que tu realmente quer (...) Acho que isso acaba auxiliando muito, tu acaba vendo o que é a profissão, se aproximando do que seria. Mas, o moderadamente, é porque, infelizmente, tu só vai saber quando estiver lá dentro do curso levando cacetada e ainda gostar do que tu tá fazendo. (Acadêmico 2) *(grifo nosso)*

No que tange as especialidades dentro da própria área médica, a entrevistada disse acreditar que as séries, até mesmo por conta dos recortes que se são feitos, de certo modo, podem colaborar para o aprofundamento em torno da especialidade.

(...) te ajuda muito, a saber, se você se identifica ou não como uma determina área [especialidade]. Eu sempre fui muito fã de cirurgia, excluindo a questão de estar dentro ou não da faculdade, se eu tivesse visto *Grey's* antes já iria me apaixonar por esse mundo que acaba me aproximando do que eu gosto de fazer (...). Eu acredito sim, que as séries podem ajudar, encaminhar ela para determinada direção. (Acadêmica 2) *(grifo nosso)*

Por fim, o acadêmico 3 afirma não acreditar que as séries possam influenciá-lo, pois, neste caso, o mesmo já conhecia a área médica: para ele, as séries não influenciaram na formação da sua opinião.

Eu já venho de uma família cercada de médicos, meu pai é médico, então, eu já estava inserido (...) vendo a série eu só percebi que era totalmente diferente da realidade. (Acadêmico 3) *(grifo nosso)*

Entretanto, o mesmo elucida que conhece amigos que são influenciados por esses produtos, e explicita o fato de que esses sujeitos vislumbram na série um retrato de uma realidade inatingível.

Tenho alguns amigos, por exemplo, que enxergam aquilo ali como um esboço do que irá acontecer no futuro: ficarem ricos, terem relacionamentos com internos, do jeito que é exibido na série. (Acadêmico 3) (*grifo nosso*)

Tem uma cena em *Grey's Anatomy* onde eles fazem uma operação dentro de uma van. Onde que isso iria acontecer na vida real? (...) Acho que há uma romantização muito exacerbada. (Acadêmico 3)

Para o acadêmico 3, a abordagem que os médicos possuem para com o paciente, ali na série, torna-se muito romantizada. Em sua visão, até mesmo as práticas cirúrgicas destoam muito da realidade e, neste sentido, o entrevistado salienta que essas produções deveriam ter um melhor controle do que é exibido, pois, mesmo que saiba que se trata de uma obra ficcional, o mesmo entende que algumas produções extrapolam os limites da realidade, o que não é coerente, muito menos com a prática médica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apresentado na fundamentação teórica, ainda que se trate de produtos ficcionais onde tais atrações não visam mimetizar a realidade, os acadêmicos demonstraram certo grau de influência em virtude das séries. Ao buscar extrair as percepções pessoais dos respondentes, de modo geral, constatou-se que a maioria acredita, ainda que de forma moderada, que essas obras retratam a área médica, porém, inferiu-se que os mesmos não acreditam que essas obras contribuíram significativamente para o aprofundamento dos mesmos acerca da área de atuação, o que pode ser justificado por diversos fatores como, por exemplo, estruturas narrativas que não contemplem somente a área médica. A combinação tonal pode ser um desses fatores, pois a subjetividade dos mesmos pode ser influenciada por diversos elementos: a vida pessoal dos protagonistas, relações interpessoais, etc.

Com base nos dados obtidos, inferiu-se, também, que a maioria⁶ dos entrevistados acredita que as séries poderiam influenciar no processo de decisão da escolha do curso em detrimento a outra metade que diz não acreditar nesta influência.

⁶ Considerando os respondentes que acreditam moderadamente e totalmente.

Não obstante, esse poder de ajuda das séries médicas se confirmou com a média cinco, quando os mesmos tiveram que elencar entre 0 e 10, o quanto acreditavam que as séries poderiam influenciar neste processo de escolha do curso.

Na última questão, como exemplo, a maioria dos respondentes afirmaram cursar Medicina devido ao gosto pela área, contudo, quando nos referimos a determinada percepção, aqui caberiam outros olhares, pois a subjetividade pode ser influenciada por diversos fatores como abordado no que tange aos aspectos subjetivos. Assim, novos olhares seriam de grande valia a exemplo da Neurocomunicação que estuda fenômenos relacionados à influência dos meios de comunicação.

Apesar da outra parcela não acreditar com veemência nesse poder de persuasão, entretanto, há de se observar que essas percepções podem ser influenciadas por fatores emocionais e sociais. Em outras palavras, seria difícil apontar se os candidatos que relataram não acreditar no poder de influência da série já pensavam dessa forma, ou se esse é um ponto de vista posterior ao ingresso no curso – decorrente, por exemplo, de um possível desencantamento pela área.

No que tange as entrevistas em profundidade, percebeu-se que o contexto em que o sujeito está inserido se caracteriza como peça-chave fundamental para esse processo de influência. Por exemplo, as acadêmicas 1 e 2 demonstraram ser passíveis de serem influenciadas em virtude das particularidades que cada uma vivenciou: indecisão no ensino médio, doenças na família. Já o acadêmico 3 disse não se sentir influenciado, e nem acredita neste poder de ajuda das séries médicas, todavia, o mesmo relatou conhecer amigos que foram influenciados por esses produtos. Cabe ressaltar ainda que, no caso do acadêmico 3, o mesmo não demonstrou ser influenciado, pois, a realidade em que se estava inserido permitiu que o mesmo detivesse um conhecimento prévio da temática apresentada na série.

No entanto, como a hipótese desta pesquisa não buscou constatar se tais obras se configurariam como fator primordial para esse processo de tomada de decisão, e, sim, compreender se essas produções podem contribuir para com o processo de escolha do curso de Medicina, conclui-se, com base nos achados aqui apresentados, que as séries possuem sim um papel relevante para a construção da subjetividade dos sujeitos, em específico às séries que se ancoram nas temáticas médicas, e que as mesmas podem contribuir para com esse processo de tomada de decisão na escolha do curso de Medicina.

Obviamente, diante dos resultados apresentados nesta investigação, avalia-se que ainda há uma necessidade em se ter um melhor aprofundamento acerca das séries que recorrem às áreas do saber para compor suas narrativas – a exemplo de outras temáticas como o Direito, da Investigação Policial, entre outras. Ainda no que tange às séries médicas, seria pertinente avaliar, também, se a hipótese apresentada neste estudo é passível de ser averiguada em outros grupos – como exemplo, os fãs de tais obras. Todavia, com base nos dados obtidos não há como fazer uma generalização em torno dessa influência midiática exercida em torno dos sujeitos, entretanto, como mencionado anteriormente, entender tais percepções com base na fala desses sujeitos em torno das obras ficcionais, faz-se pertinente, pois, tencionaria novos rumos para os estudos comunicacionais no que se refere às relações de causa e efeito da série nos sujeitos mediatizados.

Em linhas gerais, na medida em que as produções televisuais estão sendo disseminadas em todos os meios de circulação, sejam nos veículos de comunicação em massa ou nas mídias disruptivas, os estudos comunicacionais, de antemão, precisam se atentar aos fenômenos midiáticos contemporâneos de modo que sejamos capazes de enxergar a total dimensão imposta por tais produtos frente aos sujeitos consumidores. Obviamente, este é um esforço que não se esgota neste texto, ademais, novas pesquisas neste sentido fazem-se pertinentes, objetivando extrair respostas mais concretas a fim de substanciar as teorias em torno da comunicação, averiguando essa influência na subjetividade dos indivíduos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROSO, Suzana Faleiro. **O uso da imagem pela mídia e sua repercussão na subjetividade contemporânea.** *Psicol. rev.* (Belo Horizonte), Belo Horizonte, v. 12, n. 19, p. 92-97, jun. 2006. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682006000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em: 13 abr. 2019.

CASTRO, Maria Lília. A inter-relação publicidade/televisão. In: CASTRO, M. L.; DUARTE, Elizabete B. **Televisão entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 209-215.

DI FELICE, Massimo. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social.** 1ª Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: sobre o tom do tom.** In: XIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, 2005, Niterói. Anais da XIV Compós, 2005. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_892.pdf. Acesso em: 21 mai. 2019.

_____. **Televisão: entre gêneros, formatos e tons.** In: XXX Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 2007, Santos. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0399-1.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2019.

_____. **Televisão: A recorrência a mundo paralelo.** IN: CASTRO, Maria Lília Dias de Castro (org.). **Em torno das Mídias: práticas e ambiências.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 179-190.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: Duarte & Barros (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

GUARESCHI, Pedrinho A. . **Psicologia, Subjetividade e Mídia.** In: FURTADO, Odair. (Org.). II Seminário de Psicologia e Direitos Humanos - Compromissos e comprometimentos da psicologia. Recife: Ed. Universitária, 2004, v. 1, p. 29-34.

HOLLYWOOD REPORTER. **Is Wall Street Giving Netflix a Pass on Sky-High Content.** [S. l.], 2017. **Costs?** Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/news/is-wall-street-giving-netflix-a-pass-sky-high-content-costs-1012880>. Acesso em 11 abr. 2019.

HUFFPOST. **‘House‘ Becomes World’s Most Popular TV Show.** [S. l.], 2009. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/house-becomes-worlds-most_n_214704. Acesso em: 9 abr. 2019.

JENKIS, Henry. **A cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JENSEN, Klaus Bruhn. **La semiótica social de la comunicación de masas.** Barcelona: Bosh editores, 1997. (apud relato).

JOST, François. **Compreender a televisão.** Trad. de Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleções Estudos sobre o audiovisual).

_____. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

MARTINS, Gilberto de Andrade; TEÓFILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **America Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.** IN: Souza, Mauro Wilton (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995, p.39-68.

MOREIRA, Jacqueline de Oliveira. **Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade.** Psicol. Am. Lat., México, n. 20, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2010000200009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 abr. 2019.

NEVES, Lucas. In: JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. **‘No centro da história não está um macho alfa’, afirma ator de ‘The Good Doctor’.** São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/04/no-centro-da-historia-nao-esta-um-macho-alfa-afirma-ator-de-the-good-doctor.shtml>. Acesso em: 14 abr. 2019.

ROCHA, Simone Maria; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. A interseção do processo comunicativo: o diálogo entre produção e recepção. In: JACKS, Nilda; SOUZA, Maria Carmem JACKS, Nilda; SOUZA, Maria Carmem de. **Mídia e Recepção: televisão, cinema e publicidade.** Salvador: EDUFBA, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/16998/1/MidiaeRecepcao.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2019.

SILVEIRA, Marcelo Deiro Prates da Silveira. **Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas.** Psicologia: ciência e profissão, 24 (4), p. 42-51. Acesso em 13 abr. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v24n4/v24n4a06.pdf>. ISSN 1414-9893.

SILVA, Ellen Fernanda Gomes da; SANTOS, Suely Emilia de Barros. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade.** IN: XV Encontro Nacional da ABRAPSO (Associação Brasileira De Psicologia Social), 2009, Maceió. Anais [...]. [S. l.: s. n.], 2009. Disponível em: http://abrapsositeprincipal.org.br/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%C3%ancia%20da%20m%C3%ADdia.pdf. Acesso em: 9 abr. 2019.