

pesquisa na fea – Economia



Televisão, Impressionable Years e Mercado de Trabalho: Evidência para o Brasil

JAIME MACEDO DE BRITO BASTOS

Dissertação de Mestrado

Orientador: Luís Eduardo Negrão Meloni

Banca: Luís Eduardo Negrão Meloni, Rafael Coutinho Costa Lima, Lucas Martins Novaes e Paula Carvalho Pereda

Link: DOI <https://doi.org/10.11606/D.12.2022.tde-01022023-182653>

Resumo

A televisão é o meio de comunicação mais popular do Brasil e moldou crenças, comportamentos e valores da sociedade brasileira ao longo das décadas. Em especial, indivíduos entre o fim da juventude e início da vida adulta, os chamados *impressionable years*, têm suas posições políticas, sociais e econômicas particularmente afetadas por choques sociais e econômicos vividos nessa fase da vida. Combino dados do mercado de trabalho e da expansão do sinal da Rede Globo, principal emissora do país, para investigar se a chegada do sinal da TV e consequente exposição ao conteúdo transmitido afetou decisões laborais dos jovens brasileiros. Encontro efeitos positivos e significativos para indivíduos que possuíam entre 16 e 25 anos no momento da chegada do sinal. Em especial, o resultado para as mulheres é o dobro do resultado para os homens. As mulheres jovens apresentam um aumento de 1.17 pontos percentuais na probabilidade de trabalhar, o que representa um aumento de 3.2% em relação à média. Corroborando nossa hipótese de que as mulheres eram o público-alvo da maior parte da programação e se inspiravam em personagens televisivas, mostro também que o efeito é maior para mulheres mais escolarizadas, que moram em regiões onde a Globo chegou entre 1986-1990 e com no máximo um filho, indo ao encontro de achados anteriores da literatura.