

A EDUCAÇÃO MIDIÁTICA COMO INSTRUMENTO DE CONSCIENTIZAÇÃO DE CONSUMO

Andreia Regina Gallego Martins¹

Resumo

As propagandas são as principais aliadas para despertar o interesse das pessoas por um produto. Dessa forma, publicitários utilizam estratégias de persuasão para convencer um indivíduo a comprar, sem que este faça análise crítica sobre o impacto que o consumo de determinados alimentos pode exercer sobre a saúde, o meio ambiente, ou a cultura alimentar da população. Pensando em explorar novas abordagens pedagógicas e desenvolver habilidades para acessar, analisar e criar, de maneira crítica, no ambiente informacional e midiático, em todos os seus formatos, exercendo a cidadania e a autoexpressão, fundamentamo-nos em estudos de Mônica Fantin (2011), Mary Hamilton (2000) e Stig Hjavard (2008) para desenvolver uma investigação a partir da propaganda de produtos alimentícios. Para isso, após a construção do conhecimento acerca da composição dos alimentos e da importância da escolha de alimentos saudáveis, os estudantes pesquisaram algumas propagandas de produtos alimentícios e identificaram o tipo de mensagem que tentam passar, estratégias utilizadas para convencer o consumidor, interpretando a intenção, autoria e contexto da propaganda. Após análise, os alunos socializaram suas percepções, incluindo a análise nutricional do produto, levando-os à reflexão e crítica sobre o propósito e impacto das propagandas no consumo de alimentos e no desenvolvimento da cultura alimentar. Após a reflexão e interpretação, responderam à pesquisa sobre impressões que tinham de propagandas antes e após a análise. Dessa forma, utilizaram a educação midiática para exercer a cidadania, no que tange ao seu poder de escolha de alimentos, podendo disseminar as informações interpretadas com outras pessoas sobre temas atuais.

Palavras-chaves: educação midiática; nutrição; consumo.

Introdução

As tecnologias digitais estão cada vez mais presentes na sociedade, gerando transformações significativas, com maior rapidez na comunicação, acesso a informações e resolução de problemas, tornando a realidade dinâmica.

Segundo Kenski (2003), o avanço tecnológico das últimas décadas garantiu novas formas de uso das tecnologias da informação e comunicação para a produção e propagação de informações, a interação e a comunicação em tempo real. Nesse

¹ Bacharela em Ciências Biológicas, Especialista em Biotecnologia e em Metodologias Ativas, Mestra em Tecnologias Educacionais, professora de Ciências da Natureza no ensino fundamental (anos finais) e Biologia no ensino médio, representante da Área de Ciências da Natureza do Colégio Notre Dame (São Paulo, SP). andreiagallego@colegionotredame.com.br

contexto, entende-se que as tecnologias digitais são grandes aliadas na resolução de problemas no cotidiano, seja para uma pesquisa, localização, comunicação, entretenimento e educação.

Vivemos hoje num mundo repleto de informações a que estamos expostos diariamente. Diante de um processo de midiaticização da sociedade (HJAVARD, 2008), torna-se cada vez mais importante a inclusão da educação midiática nas escolas, para que o entendimento de todas as informações veiculadas pela mídia, por meio desta educação, forme usuários ativos e críticos, conforme cita Fantin (2011):

Os objetivos da educação para as mídias se aproximam e dizem respeito à formação de um usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de comunicação e informação e de todas as mídias. A mídia-educação é uma condição de educação para a “cidadania instrumental e de pertencimento”, para a democratização de oportunidades educacionais e para o acesso e produção de saber, o que contribui para a redução das desigualdades sociais. (FANTIN, 2001, p.2)

Nesse contexto, percebe-se a importância da educação midiática, para que o estudante possa ler e entender o mundo, desenvolvendo habilidades que lhe permitam reconhecer e refletir sobre as informações veiculadas.

Esse olhar para uma educação em que o estudante possa refletir e agir, de forma crítica e responsável, diante das mídias veiculadas no nosso dia a dia também é uma preocupação internacional, mobilizada por diversas instituições e organizações internacionais. Dentre elas, citamos a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que em 2013 criou o Currículo de Alfabetização Midiática e Informacional para a Formação de Professores.

Por meio de currículos como este e de diversas outras iniciativas, objetiva-se formar estudantes educados midiaticamente, sabendo ler criticamente todas as informações que recebem, utilizando corretamente as ferramentas de comunicação, para fortalecer sua autoexpressão e, dessa forma, participar de maneira consciente do ambiente informacional, exercendo seu direito à liberdade de forma plena, bem como a sua cidadania.

A partir dessa preocupação, destaca-se o papel da escola na educação midiática dos estudantes, que, embora tenham facilidade ao acesso e manipulação das mídias, nem sempre agem de forma ativa, crítica e positiva ao veicular e interpretar informações.

Hamilton (2000) argumenta que a educação das mídias já faz parte do cotidiano escolar, direcionando-se para o processo de aprendizagem sobre a mídia, que quase sempre é voltado para uma compreensão da lógica textual impressa, de forma ordenada e linear.

À vista disso, neste trabalho, buscou-se explorar novas abordagens pedagógicas e desenvolver habilidades para acessar, analisar e criar, de maneira crítica, no ambiente informacional e midiático, em todos os seus formatos, exercendo a cidadania e a autoexpressão.

Durante o desenvolvimento do tema sobre alimentação saudável, objetivou-se analisar as propagandas de alimentos que causam impactos no consumo e no desenvolvimento da cultura alimentar, buscando refletir sobre as mensagens veiculadas.

Desenvolvimento

No componente curricular Ciências da Natureza, é trabalhado, na 8ª série do ensino fundamental – anos finais –, dentro do eixo Vida e Evolução, o objeto do conhecimento Nutrição e Alimentação Saudável.

Nesse tema, os estudantes partiram da investigação sobre a composição dos alimentos que costumam consumir, observando rótulos e informações nutricionais dos produtos. Com base na composição observada, listamos os principais grupos de alimentos presentes e foi solicitado que a turma, dividida em grupos de trabalhos, investigasse a função de cada grupo de alimento no corpo humano.

Os grupos de trabalho investigaram e apresentaram aos demais alunos da turma, com mediação da professora, a função dos principais grupos de alimentos: carboidratos, proteínas, lipídios, vitaminas, água e sais minerais, além de relatarem a função das fibras alimentares.

Após a apresentação dos grupos de trabalho, foi feita uma sistematização com os estudantes da turma, para registrar as percepções que tiveram e, também, como forma de a professora complementar com informações adicionais.

Dentro desse contexto, foi abordado o fato de que a sociedade vem buscando praticidade e otimização do tempo, aumentando o consumo de alimentos industrializados. Nesse momento, os estudantes foram incentivados a refletir sobre os principais alimentos industrializados que consomem e a buscar na internet a propaganda deles. A partir da propaganda, teriam que escolher um dos alimentos e responder as perguntas: a) que mensagens são utilizadas no material? O que elas procuram “vender”: saúde? Sabor? Prestígio? b) A propaganda utiliza recursos como personagens de

desenho animado, artistas famosos ou outros para convencer o consumidor a adquirir e a consumir o produto? c) De que maneira a publicidade pode influenciar as escolhas alimentares? Vocês já compraram algum alimento por impulso, por causa da propaganda?

Após a reflexão e interpretação, responderam à pesquisa, feita em sala de aula, sobre impressões que tinham de propagandas antes e após a análise delas e, também, de que forma as propagandas influenciavam na escolha alimentar da turma.

Considerações finais

Os estudantes da 8ª série do ensino fundamental – anos finais –, por meio da análise das informações nutricionais e de rótulos dos alimentos industrializados, puderam identificar a composição dos alimentos e a importância de uma alimentação saudável. Porém, ainda era preciso identificar se as propagandas de produtos alimentícios causavam influência nos hábitos de consumo e na formação da cultura alimentar.

Por meio do trabalho, percebeu-se que os estudantes não analisavam criticamente a propaganda e eram influenciados a consumir determinados produtos sem interpretar a intenção, autoria e contexto da propaganda.

Durante o desenvolvimento do trabalho, percebeu-se certa indignação dos estudantes em relação às propagandas que, por conta própria, criaram cartões com o tema: “Expectativa x Realidade”, ação referente ao que o conteúdo midiático tenta vender sobre o produto e o que realmente vende.

Após a apresentação, relataram que passaram a olhar as propagandas de outra maneira e, mesmo sendo incentivados ao consumo, conseguem avaliar de forma crítica a necessidade da compra frequente de determinados alimentos, mudando seus hábitos e incentivando os familiares a fazerem o mesmo.

Por conseguinte, o trabalho proporcionou o desenvolvimento da educação midiática para o exercício da cidadania, no que tange ao seu poder de escolha de alimentos, disseminando informações e alertando outras pessoas a agirem de forma ativa e crítica sobre temas atuais.

Referências

- KENSKI, Vani. Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação. Campinas, SP: Papirus, 2018.
- FANTIN, Mônica. Os cenários culturais e as multiliteracies na escola. Comunicação e Sociedade, vol.13, p. 69-85, 2008.
- HAMILTON, Mary. Sustainable literacies and the ecology of lifelong learning, London, 2000.

HJARVARD, Stig. The mediatization of society. *Nordicom review*, v. 29, n. 2, p. 102- 131, 2008.