

A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NOS HÁBITOS ALIMENTARES DOS ADOLESCENTES

Leila Beatriz Orsi¹
Ana Lúcia Crisostimo²

RESUMO

Este artigo tem como objetivo descrever as ações realizadas para o cumprimento da etapa final do PDE (Programa de Desenvolvimento Educacional). Neste trabalho, foram tecidas considerações sobre os resultados da Implementação da Proposta Pedagógica na escola abordando o conteúdo estruturante Sistemas Biológicos contemplado nas Diretrizes Curriculares do Estado do Paraná. A forma de trabalho para a elaboração do material didático utilizado foi o OAC (Objeto de Aprendizagem Colaborativa) e as turmas selecionadas foram as sétimas séries do Colégio Estadual Antonio Dorigon - Ensino Fundamental Médio e Profissional, localizado no município de Pitanga - PR. A partir do entendimento de que a alimentação é uma temática relevante no ensino de Ciências, optou-se pelo estudo e investigação da possível influência dos meios de comunicação nos hábitos alimentares dos adolescentes. As ações desenvolvidas levaram a criticidade dos educandos e a sensibilização sobre a influência que os meios de comunicação podem exercer em seus hábitos alimentares. Pretende ainda, contribuir para a incorporação do tema ao conteúdo ministrado cotidianamente em sala de aula, promovendo assim, uma conscientização sobre a importância de uma dieta alimentar saudável, desmistificar algumas idéias de como conquistar o corpo ideal, além de refletir sobre a intencionalidade das propagandas, filtrando informações e evitando a alienação na adolescência.

Palavras chave : hábitos alimentares, meios de comunicação, adolescência.

ABSTRACT

The general objective of this article consists of pointing the accomplished for the execution of the final stage of the PDE (Program of Educational Development). In this work, will woven considerations on the results of the Implementation of the Pedagogic Proposal in the School, approaching the Content Structuring Biological Systems meditated in the guidelines Curriculum of the State of Paraná. The work form for the elaboration of the used didactic material was the OAC (object Collaborative Learning) and the selected groups were the seventh series of the stat school "Antonio Dorigon". Starting from the understanding

¹ Secretaria do Estado do Paraná – SEED/PR/Professora do Quadro Próprio do Magistério/ PDE/2008/2009/orsiesilva@seed.pr.gov.br.

² Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná – UNICENTRO/Departamento de Biologia/Professora Doutora Tutora e Orientadora do PDE /anacrisostimo@hotmail.com.

that the feeding is a thematic important to the teaching of Sciences, opted for the study and investigation of the possible influence of the media in the adolescents alimentary habits. The used actions seek the development of the students criticality and awareness on the influence that the media can exercises in your alimentary habits. It also aims to contribute to the incorporation of the content taught daily in the classroom, promoting like this, the critical students formation. With conditions of organizing a healthy alimentary diet, demystify some ideas of how to conquer the ideal body and reflect on intentionality of advertisements, information filtering and avoiding alienation.

Key words: adolescents, alimentary habits, media.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado de uma pesquisa elaborada com o propósito de contribuir com novos encaminhamentos metodológicos para o ensino de ciências nas séries finais do Ensino Fundamental, contemplando o conteúdo Estruturante Sistemas Biológicos, priorizando o tema “nutrição” presente nas Diretrizes Curriculares do Estado do Paraná³. O presente trabalho apresenta os resultados das diferentes estratégias que constituíram a etapa final do PDE (Programa de Desenvolvimento Educacional), por ocasião da implementação da proposta de trabalho junto aos alunos do Colégio Estadual Antonio Dorigon, localizado no município de Pitanga - PR.

Atuando nas séries finais do Ensino Fundamental pode-se observar que uma quantidade expressiva dos alunos está enfrentando problemas relacionados a hábitos alimentares inadequados, adotado pela maioria da população e decorrente dos confortos oferecidos pela vida moderna. Esses alunos passam boa parte de seu tempo em frente à TV ou na Web, recursos que na maioria das vezes, representam em seus únicos atrativos de lazer.

É de conhecimento geral que costumes alimentares inadequados são prejudiciais e interferem substancialmente no desenvolvimento dos adolescentes, além de aumentarem a probabilidade do surgimento de doenças.

³ Diretrizes Curriculares de Ciências para o Ensino Fundamental, Paraná, Governo do Estado. Secretaria do Estado da Educação. Superintendência da Educação. Ctba: SEED-PR. 2008, disponível em: www.diadiaeducacao.pr.gov.br. Acessado dia 20.09.2009.

(...) uma alimentação de má qualidade contribui para doenças como câncer, problemas cardiovasculares, Diabetes mellitus tipo 2, entre outras. Alimentar-se bem é um fator fundamental na promoção à saúde que por sua vez deve estar nos propósitos do ensino nas escolas, nos setores sociais, nas empresas, nos *campi* das universidades, nas praças de esportes, nas sociedades de amigos, em políticas públicas estabelecendo conexões com as várias áreas da administração pública. (BOOG, 2004, p. 08).

Pelo exposto, foi pertinente trazer para o cotidiano da escola a discussão do tema, dando especial atenção, a possíveis influências exercidas pelos meios de comunicação nos hábitos alimentares dos educandos.

Essa influência deve ser levada em consideração, principalmente na fase da adolescência, por se tratar de um período extremamente conflitante e ao mesmo tempo decisivo na vida do jovem. Por este motivo é pertinente trazer para o cotidiano da escola a discussão do tema, dando prioridade, a possíveis influências exercidas pelos meios de comunicação nos hábitos alimentares de nossos educandos.

Com o intuito de contribuir com o enriquecimento do conteúdo “alimentação” no ensino de Ciências, este artigo objetiva descrever as ações realizadas durante a Implementação da Proposta Pedagógica desenvolvida junto às turmas das sétimas séries do Colégio Estadual Antonio Dorigon / Ensino Fundamental, Médio e Pós Médio, localizado no município de Pitanga - PR.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesse momento de vulnerabilidade, onde surgem com maior intensidade dúvidas, incertezas e inseguranças, os adolescentes podem sofrer influências negativas no que diz respeito a seus hábitos alimentares, principalmente quando expostos as mensagens conflitantes e antagônicas vinculadas pelos meios de comunicação.

As propagandas vinculadas por esses meios, muitas vezes, pregam o consumo de alimentos altamente calóricos e podem estar relacionadas a um aumento de casos de obesidade. Paradoxalmente, ao mesmo tempo, os meios

de comunicação difundem um padrão estético onde a perfeição se resume em um corpo magro, esbelto e musculoso.

Essa supervalorização da imagem corporal dita ideal pode também nesta fase, induzir a padrões alimentares impróprios, com a ingestão inadequada de nutrientes, podendo levar ao desencadeamento de transtornos alimentares como a anorexia, bulimia e outros. Esses distúrbios pertencem a uma classe de doenças de difícil diagnóstico e tratamento, pois a pessoa portadora não se reconhece como “doente”. Assim, levar ao conhecimento de adolescentes e jovens, que na literatura são considerados grupo de risco, que a busca por um corpo ideal pode levá-los ao desenvolvimento de distúrbios alimentares, torna-se uma importante ferramenta para a prevenção desses males. Para Marcondes Filho, (1998, p. 77):

A publicidade no passado teve a função de vender produtos. Era sua razão de ser. Hoje, ela tem outra função muito especial: a de demonstração de modelos a serem seguidos, isto é, apresentação de padrões físicos, estéticos, sensuais, comportamentais, aos quais as pessoas devem se moldar. A publicidade dita regras de reconhecimento e valorização social. Naturalmente não é só ela que faz isso (...), a diferença é que a publicidade não disfarça a apresentação de normas. Não é indireta nem discreta. Ela é quem determina os tipos estéticos a serem seguidos.

Por este motivo, o ensino de Ciências pode exercer um papel fundamental, pois a sensibilização dos educandos a partir do conhecimento científico é necessária, na medida em que esses precisam conhecer e compreender as importantes funções dos nutrientes na construção, reconstrução, reparação e manutenção de seu organismo; e a partir desse conhecimento, ter condições de organizar uma dieta alimentar saudável e desmistificar algumas ideias de como conquistar o corpo ideal.

Além do que os cuidados com a alimentação na adolescência devem ser redobrados, pois é preciso garantir a energia e os nutrientes necessários para sustentar o crescimento físico e as modificações na composição corporal que ocorrem nesta fase da vida. A preferência por refrigerantes, balas, doces, lanches e refeições rápidas, é muito comum nesta fase, porém, deve-se ter em mente que esses alimentos são ricos em carboidratos e gorduras saturadas, e

que o consumo excessivo dos mesmos pode acarretar um déficit de fibras, vitaminas e sais minerais para o organismo.

Dentro desta visão para que o ensino de Ciências seja significativo Moreira (1999), ressalta há necessidade de uma abordagem de conteúdos de forma consciente, crítica e histórica relacionada à Ciência, Tecnologia e Sociedade. Neste âmbito, as atividades devem ter como objetivo propiciar aos professores e alunos condições para que discutam, analisem, proponham, argumentem e avancem na compreensão do seu papel na sociedade.

É oportuno lembrar que, a Diretriz Curricular de Ciências do Estado do Paraná prima pela valorização do pluralismo metodológico, bem como, a contextualização como forma de articular o conhecimento científico com o contexto histórico e geográfico do aluno, procurando tornar o conhecimento disciplinar potencialmente significativo.

Ao abordar o assunto: “a influência dos meios de comunicação nos hábitos alimentares dos adolescentes”, é importante entender como esses meios agem, para que se possa levar o aluno a refletir sobre o assunto, tendo uma visão mais ampla e esclarecedora.

Neste sentido, Marcondes Filho (1988) comenta sobre os meios de comunicação social, enfocando a televisão, destaca a realização entre o real e o imaginário no telespectador, e como este pode reagir.

O autor aponta que o fantástico irreal não acontece apenas nas novelas e filmes, mas também nos telejornais, sendo o televisor um aparelho que transmite mensagens produzidas por homens, com idéias, intenções ideológicas e interesses. Demonstra ainda o poder da imagem e como esta é utilizada na televisão e no cinema. Como assinala Marcondes Filho (1988) que menciona que os meios de comunicação podem causar o empobrecimento da consciência das pessoas e redução na inovação cultural.

Os meios de comunicação em massa ajudam a quebrar a identidade cultural na medida em que recolhem os produtos de seus lugares de origem e os multiplicam em grande quantidade, vendendo-os ou transmitindo-os a milhares de pessoas em territórios e regiões diferentes. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 3).

Colaborando no esclarecimento sobre ideologias, por estas estarem intrínsecas aos meios, Libânio (1995) afirma que elas refletem as experiências do cotidiano, que em conversas comuns a ideologia se esconde atrás das visões de mundo das pessoas e de suas atitudes cidadãs.

Perceber que as questões ideológicas e interesses comerciais estão presentes nas mensagens vinculadas aos meios de comunicação, é de extrema importância para que se possa discernir o que realmente faz parte de nossa cultura e o que está sendo inserido a ela.

Diante desse fato, é imprescindível refletirmos e questionarmos sobre como nos comportamos diante aos apelos feitos pela mídia, diagnosticando a produção artificial de necessidades estimuladas pela mesma.

No que diz respeito às pesquisas sobre a influência da mídia nos adolescentes, Strasburger (1999), tendo por base a psicologia do desenvolvimento, aponta o impacto dos meios de comunicação sobre os jovens, transmitindo as muitas formas pelas quais esses meios atuam e os efeitos a curto e longo prazo a sua exposição. Apontando ainda os diferentes papéis assumidos pela mídia em alguns comportamentos considerados de risco, sugerindo estratégias de prevenção contra os efeitos adversos estimulados por ela.

Na busca por subsídios que favoreçam o despertar do senso crítico, podemos contar com Moran (1991), que analisa os meios impressos e eletrônicos, passando pelo aspecto editorial da venda de informações e opiniões, e chega também ao da propaganda, com seus objetivos definitivamente comerciais. Sugerindo um roteiro para uso do texto nas escolas e nos grupos em geral.

O autor faz uma análise dos principais aspectos envolvidos na leitura crítica dos meios de comunicação, preocupando-se com a relação desses e a escola. Apresenta também algumas questões metodológicas e técnicas, para se compreender melhor a ficção. Além de acrescentar que é necessário estabelecer pontes entre os educadores e os meios de comunicação, pois educar para a compreensão de seus códigos e mensagens pode ajudar a construir uma sociedade mais democrática.

Moran (1994), em seu discurso, contribui com a apresentação de diversas técnicas que auxiliam o professor na tarefa de levar os alunos a uma compreensão crítica da televisão. O mesmo autor faz relação entre escola e meios de comunicação, e as várias formas que ela pode assumir de maneira direta e inovadora. Ele propõe que a escola incorpore os meios de comunicação como motivação, conteúdo de ensino ou análise crítica. Além de fornecer, sugestões concretas de utilização dos meios de comunicação em sala de aula.

Principalmente quando trabalhamos com uma geração de adolescentes que estão fortemente expostos às mensagens difundidas pelos meios de comunicação, torna-se fundamental discutir a leitura destes meios, tendo em vista suas múltiplas possibilidades de influência sobre o desenvolvimento humano.

Neste contexto a escola que não ensina como assistir televisão é uma escola que não educa, afirma o pedagogo espanhol Ferres (1996), que interroga e dá sugestões de como a escola deve trabalhar com a questão da televisão. Fala da importância de se começar um trabalho mais real e crítico com o aluno sobre este meio de comunicação, que tanto o entusiasma e que na maioria das vezes é idolatrado sem reflexão nenhuma.

E é esse despertar do senso crítico que precisamos resgatar. Nesse sentido, não será colocando os meios de comunicação como grandes vilões, que libertaremos nossos alunos de sua influência. Precisamos buscar estratégias, as quais proporcionem uma maior compreensão e conhecimento do funcionamento desses veículos e de suas reais intenções.

Além disso, nesta fase, onde os adolescentes buscam sua afirmação segundo Jacobson (1998), o conteúdo inadequado da ingestão alimentar pode resultar do uso freqüente das “dietas e modismos” ou de “pular” refeições, monotonia de hábitos na escolha de alimentos, troca de refeições por lanches comerciais rápidos, imprópriamente escolhidos, voracidade ou uso excessivo de suplementos dietéticos. Todas estas situações são frequentes entre adolescentes, desde o momento em que eles começam a sair do controle e da supervisão familiar no planejamento das refeições, na compra dos alimentos e

nos horários de refeições.

Reforçando essa idéia Serra e Santos (2003), salientam que os meios de comunicação veiculam ou produzem notícias, representações e expectativas nos indivíduos com propagandas, informações e noticiário em que se por um lado instiga o consumo de lanches tipo “fast food”, por outro lado, estimulam o uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento, podendo haver uma diminuição do aporte calórico, pois, o adolescente também é levado a se preocupar com sua imagem corporal e acaba “cedendo” à estética corporal atual, que privilegia o corpo esguio e esbelto, o que poderá ter como consequência o desenvolvimento de transtornos alimentares.

Verificando a literatura, transtornos alimentares são considerados síndromes complexas onde fatores ambientais, psicológicos e fisiológicos podem facilitar um comportamento alimentar perturbado, desencadeando um controle patológico do peso corporal e distúrbios na percepção do formato do corpo.

A obsessão pela balança pode estar relacionada a esses transtornos, segundo algumas pesquisas a maioria das pessoas acometidas por esse mal são mulheres adolescentes ou adultas jovens. Ballone (2003), comenta que alguns estudos realizados sobre o assunto já descrevem algumas alterações de conduta como sendo indicativos de comportamento de risco, dentre estes, relacionam com maior freqüência, o hábito de fazer dietas mesmo quando seu peso é proporcional a estatura, crítica constante a alguma parte do corpo e insatisfação mesmo quando está perdendo peso, além da diminuição gradativa das atividades sociais.

Na adolescência quando ainda está acontecendo o amoldamento da personalidade do jovem, este pode sentir-se pressionado a buscar o “corpo ideal” por acreditar que só será aceito pela sociedade se conseguir atingir o padrão de beleza estipulado por ela. E para atingir esse estereótipo de corpo, não mede esforços nem leva em conta possíveis riscos à saúde.

No que se refere a anúncios propagados pela televisão, Lima (2007), relata o resultado de um estudo brasileiro que analisou a quantidade e a

qualidade de produtos alimentícios veiculados em propagandas em três redes principais de canal aberto. Como resultado, os produtos alimentícios, quando comparados a outros artigos, foram os mais frequentemente difundidos, independentemente do horário ou do dia de gravação.

A análise da qualidade dos alimentos divulgados durante o estudo mostrou promoção de produtos com altos teores de gordura e/ou açúcar e sal. Concluindo-se que a predominância da divulgação desses produtos pode estar contribuindo para uma mudança nos hábitos alimentares de crianças e jovens brasileiros, agravando o problema da obesidade na população.

Vale destacar que, segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (2008), a propaganda, principalmente a televisiva, incentiva o consumo de alimentos que nem sempre são essenciais ou fazem bem para nossa saúde. Um grande problema é que são anunciados muitos alimentos que têm, em excesso, nutrientes que não podem ser consumidos em grande quantidade, como a gordura saturada, a gordura trans, o açúcar e o sódio. Ao contrário disto, tornou-se menos comum vermos propagandas que estimulem o consumo de verduras, legumes, grãos, frutas e outros alimentos saborosos e ricos em nutrientes. Eisenstein considera que:

Comer bem é satisfazer o corpo com alimentos que são fontes essenciais de energia e de bem estar. É saber equilibrar todos os nutrientes e adequar o que se come ao que se gasta, de acordo com nossas necessidades e estilos de vida: comer bem não é comer muito, nem pouco, é escolher os alimentos mais saudáveis e nutritivos (EISENSTEIN; MATHEUS, 2006, p.77).

Dentro deste quadro, percebemos a necessidade dos professores da educação básica que atuam no ensino de Ciências buscarem uma metodologia que promova a reflexão e análise crítica, possibilitando aos educandos o desenvolvimento de bases sólidas, favorecendo o aprendizado e com este, conseqüentemente a tão esperada mudança e adequação de seus hábitos alimentares.

Desta forma, os alunos poderão ter melhores condições de se afastar do dilema, algumas vezes imposto pelos meios de comunicação, ora promovendo uma imagem dita ideal, ora produtos relacionados à obesidade.

Sem afetar seu desenvolvimento e formação, sabendo discernir o que é próprio ou não para o consumo, no que diz respeito a uma alimentação saudável. Podendo ainda, contribuir para desenvolver a criticidade dos educandos, sensibilizando-os sobre a influência que os meios de comunicação podem exercer em seus hábitos alimentares.

Essa sensibilização terá por objetivo, fazer com que o educando perceba como atuam os meios de comunicação, reconheça a influência exercida pelos mesmos e tenha condições de reagir a ela. Oferecendo-lhe ainda, meios de refletir sobre a intencionalidade das propagandas, filtrar informações e evitar a alienação.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Com base nestes apontamentos teóricos a proposta de implementação teve como um de seus objetivos avaliar pedagogicamente os hábitos alimentares dos adolescentes. Para tanto, metodologicamente foi utilizado um questionário investigativo, em anexo, que teve o intuito de auxiliar na busca e aprofundamento de dados que pudesse indicar quais os meios de comunicação mais utilizados pelo público alvo, a reação dos mesmos ao se depararem com as propagandas vinculadas por esses meios e a possível influência sofrida em seus hábitos alimentares.

O questionário foi estruturado por uma tabela onde os educandos que participaram da pesquisa assinalaram quais os meios de comunicação a que tem acesso e o tempo que o utilizam por dia. Seis questões de múltiplas escolhas, onde o aluno para responder pode assinalar mais de uma questão ou acrescentar novas opções dependendo da necessidade. Quatro questões para assinalar sim ou não. E para finalizar, três questões subjetivas, podendo o aluno expressar sua opinião de maneira livre.

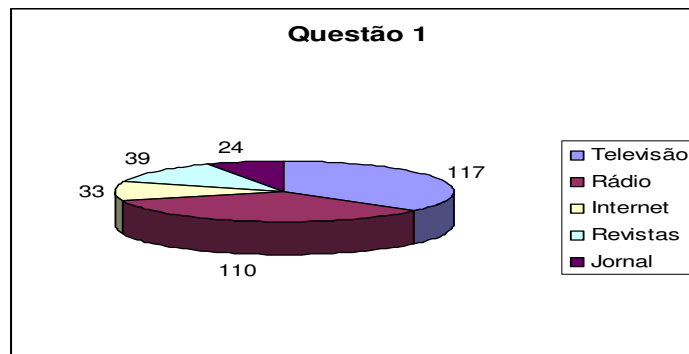
As questões tinham ainda por finalidade fazer um levantamento da reação dos educandos em relação às propagandas vinculadas pelos meios de comunicação. Investigar se já compraram produtos sob a influência destas, se possuíam conhecimento sobre o valor nutricional dos alimentos apresentados

nos rótulos e quais seus conceitos sobre propagandas.

Por meio do questionário investigativo foi possível constatar, como mostra o gráfico abaixo (questão 1), que a maioria dos alunos entrevistados possuem rádio e televisão em suas casas. Sendo oportuno ainda mencionar o fato de passarem aproximadamente quatro horas por dia em frente ao aparelho de TV. Lembrado que na maioria das vezes, assistir televisão torna-se um ritual solitário, as pessoas são bombardeadas por imagens, mensagens e informações sem ter tempo nem oportunidade de discutir o que foi visto, o que torna a assimilação automática e sem reflexão. Como afirma Moran:

[...] Infelizmente a maioria das famílias transforma o ver televisão em exercício individualista, passivo e pouco crítico. Se uma criança fala, reclamam das interferências, e com isso perdem boas chances de utilizar as mensagens da televisão como elementos para discussões mais amplas sobre as relações familiares, políticas, econômicas e sociais. (MORAN, 1991, p. 29).

GRAFICO 1: Indicativo de quais os meios de comunicação os alunos têm disponível em casa.



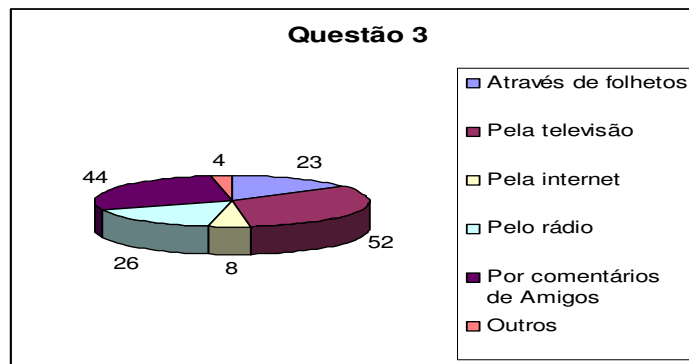
Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

Esses dados podem ser a justificativa da resposta dada por 52 alunos, dos 118 entrevistados sobre a questão que menciona o fato do educando ter comprado algum produto alimentício, só por ter recebido a informação deste, por intermédio do tão difundido meio de comunicação.

Em relação a esta questão, pode-se perceber também que nesta fase provavelmente devido a necessidade de se firmarem em um grupo social, 44

dos alunos entrevistados afirmaram já ter comprado produtos alimentícios por ter recebido informação e/ou comentários de amigos. Conforme analisamos na questão 3.

GRAFICO 2: Fonte de informação para aquisição dos produtos alimentares



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

Destacamos ainda que ao responderem à questão que fazia menção a reação dos mesmos ao se depararem com propagandas de produtos alimentícios, 61 alunos confessaram sentir vontade de experimentar o produto (alimentos ou refrigerantes) quando a propaganda deste, é apresentada em seu televisor.

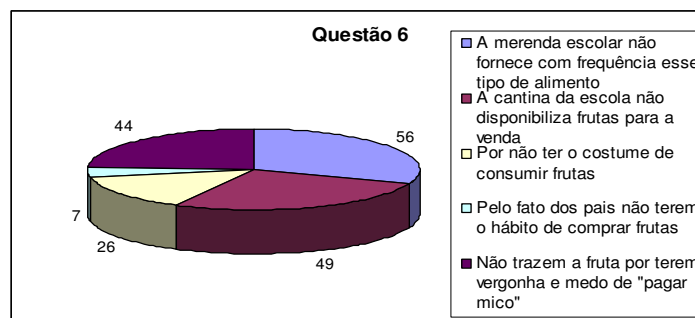
Ao observarmos a questão 4, a qual se refere a critérios de compra, percebemos que apesar de muitos se preocuparem com a aquisição de produtos saudáveis, a influência socioeconômica nas escolhas alimentares ficou bem clara. E o rótulo do alimento, primeira forma de propaganda do produto, como não podia deixar de ser, também se destaca como critério de escolha na hora da compra.

A questão 5, que indaga sobre o que levam em conta ao tomar a decisão do que comer ou beber, demonstra que a família merece destaque na influência e formação dos hábitos alimentares de nossos educandos. Pois, dos 118 entrevistados, 59 afirmaram ser a família fator decisivo.

Quando questionados na questão 6 sobre a necessidade de comerem alimentos mais saudáveis na hora do intervalo, no colégio, como uma fruta por exemplo, grande parte deles acredita que, para que isso venha acontecer, é

necessário que tanto na merenda escolar como na cantina, sejam oferecidos com maior frequência esse tipo de lanche. Devemos ainda destacar que 44 alunos afirmaram não trazer frutas para o lanche, por terem vergonha.

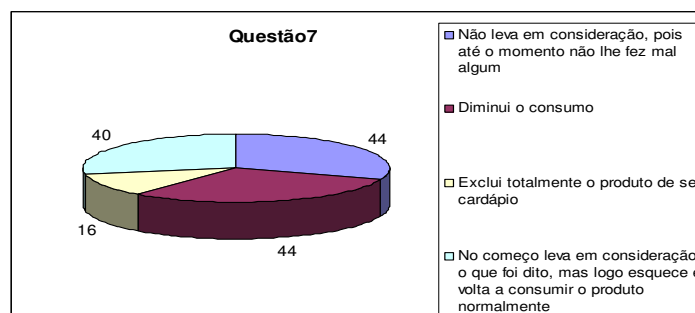
GRAFICO 3: Frequência de ingestão de alimentos saudáveis na hora do intervalo da escola.



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

Ao analisar as respostas da questão 7 sobre o que fazem quando são informados que um alimento apreciado faz mal à saúde, averiguamos a necessidade de campanhas mais frequentes sobre a importância de uma alimentação adequada. Pois, muitos deles não levam em conta o que ouviram ou só colocam em prática por um curto espaço de tempo.

GRAFICO 4: Qual a atitude adotada pelos alunos quando são informados que um alimento apreciado faz mal à saúde



Fonte: Gráfico elaborado pelo autor.

A partir das observações das respostas dadas pelos educandos, no questionário investigativo, pode-se concluir que se desejamos a aquisição de

hábitos alimentares saudáveis e conscientes, por parte de nossos filhos e alunos, temos que ter em mente que este trabalho é lento, gradativo e permanente.

De tudo o que foi extraído do questionário investigativo, destacamos um fato preocupante e que merece maior atenção por parte dos educadores. A maioria de nossos entrevistados não conseguia compreender as informações contidas nos rótulos dos alimentos. Dificultando assim, escolhas mais saudáveis e adequadas a sua dieta alimentar. Vale salientar que, de acordo com o Código de Defesa e Proteção do Consumidor, artigo 6º da Lei nº 8078/90, é por meio do rótulo dos alimentos que se tem acesso à "informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como, os riscos que possam apresentar a saúde do consumidor".

É oportuno enfatizar que, na análise do questionário investigativo, feita a partir da observação das repostas dos alunos, tanto o professor PDE quanto os professores do grupo de trabalho em rede (GTR)⁴, observaram que muitos estudantes aparentavam estar afetados pela moderna sociedade de consumo, que pode estar provocando efeitos prejudiciais não somente em seus hábitos alimentares, assim como em seus comportamentos, maneira de pensar e ver o mundo.

A publicidade mexe com os nossos sonhos e necessidades mais profundos, que são reais (não criados). Sugere soluções para essas necessidades através da compra de bens, produtos ou serviços. Propõe formas de gratificar ou realizar uma parte desses desejos. Se não estamos atentos desenvolve-se a partir daí uma bola-de-neve. Cada dia mais, ela chega com propostas para preencher nossos desejos reais. (MORAN,1991, p. 45)

Os meios de comunicação social podem ter um papel nocivo nesse sentido, pois criam e alimentam sentimentos de insatisfação e frustração quanto aos objetivos não alcançados, estejam eles relacionados à aparência física ou à aquisição de alimentos ou outros bens materiais. O capitalismo, que

⁴ GTR (Grupos de Trabalho em Rede) – Atividade do Programa de Desenvolvimento Educacional que se caracteriza pela interação virtual entre o Professor PDE e demais professores da Rede Pública Estadual.

muitas vezes impõe a criação e diversificação de novos produtos e novos mercados, acaba gerando uma insatisfação crescente, o que pode afetar a auto-estima das pessoas.

A publicidade é o motor do sistema capitalista. Divulga os produtos, atrai o consumidor com novos apelos para renovar seu desejo de compra, mostra modelos de vida desejáveis, sustenta todos os meios de comunicação, principalmente a televisão, onde investe quase 60 por cento de suas verbas. (MORAN,1991, p. 43)

Através do questionário, também foi constatado que alguns meninos estão se deixando levar pelas propagandas de bebidas alcoólicas, principalmente associadas a figuras femininas; além de muitos sentirem vergonha de comer uma fruta em público, mas não de fumar um cigarro ou tomar uma cerveja, demonstrando claramente a inversão de valores.

Quanto ao resultado das respostas relacionadas à utilização dos meios de comunicação, como já era esperado, a maioria deles passa a maior parte do tempo livre assistindo televisão ou na internet. Já ao que se refere aos conceitos de propaganda, grande parte dos educandos, apesar de não saberem bem defini-la ou conceituá-la, sentem-se atraídos e influenciados.

Durante o processo de implementação da proposta, além do questionário investigativo, no decorrer do segundo bimestre de 2009, concomitantemente ao estudo dos sistemas de nutrição, foi desenvolvido também algumas estratégias de ação propostas no material de apoio confeccionado no segundo período de 2008. O qual teve por intuito propiciar a análise e reflexão dos educandos sobre a possível influência dos meios de comunicação em seus hábitos alimentares.

O trabalho com o tema “alimentos”, em um primeiro momento, teve por meta fazer com que o educando adquirisse noções sobre o valor nutricional, a importância e influência dos nutrientes no desenvolvimento humano, bem como, a reflexão sobre os problemas de saúde ocasionados por hábitos alimentares incorretos.

Para tanto, foram utilizados textos para leitura e debate, imagens e vídeos que propiciam ao mesmo tempo uma visão lúdica do conteúdo e a

indispensável reflexão sobre a importância dos nutrientes ao organismo, bem como, a adoção de hábitos alimentares saudáveis. Foram realizadas ainda, práticas laboratoriais, que permitiram ao educando identificar nos alimentos alguns nutrientes como amido e lipídios. Além da análise da importância da ação da saliva no processo da digestão, com ênfase a ação de transformação do amido.

A participação dos alunos aconteceu de forma satisfatória, pois os mesmos envolveram-se nas atividades demonstrando grande interesse e curiosidade.

Durante a efetivação do processo percebeu-se a necessidade de trabalhar com os educandos, antes da aplicação das aulas referenciais contidas no material didático OAC, noções sobre marketing nutricional (prós e contras), estratégias mais comuns vinculadas nas propagandas e definições de merchandising, propaganda nutricional e publicidade. As definições desses conceitos se fizeram imprescindíveis visto que, grande parte dos educandos nunca havia debatido sobre o assunto.

A seguir faremos uma breve descrição das aulas denominadas de referenciais trabalhadas nas salas de aula onde ocorreu a implementação.

A aula referencial 1, proposta no material didático OAC usou como ponto de partida charges que possibilitam a reflexão sobre a influência da mídia nas conversas do dia a dia, ao estímulo a estilos de vida inclusive consumista, a possível influência ocasionada principalmente pelo marketing alimentar e a contradição entre a imagem do “corpo perfeito” presente na mídia e a qualidade dos produtos alimentícios propagados por ela. A aula também favoreceu um debate sobre os transtornos alimentares mais comuns, como obesidade, bulimia e anorexia.

Em relação à aula, podemos salientar o grande interesse e desempenho dos educandos. Logo no início já se identificaram com as situações expostas nas charges, comentando o quanto não se davam conta do tempo que passavam em frente à TV, e o que isso poderia acarretar. Também relataram que não haviam percebido em suas conversas o grande número de assunto que tem origem na mídia, principalmente a televisiva.

Outro momento da aula que gerou bastante reflexão e despertou grande interesse, foi um vídeo retirado do You Tube sobre transtornos alimentares no endereço: (<http://www.youtube.com/watch?v=APzDXhD-zT4&feature=related>), os alunos puderam perceber e debater sobre a pressão exercida pela sociedade em algumas profissões, e a contradição presente na mídia, colocando de um lado a imagem do “corpo perfeito” e de outro, o grande número de propagandas de produtos com alto teor de açúcar e ou gordura. Começaram nesse momento, desenvolver a percepção de que a mídia tem poder para criar uma realidade e que por trás de qualquer mensagem ou imagem por mais inofensiva que possa parecer, existe ali, a ideologia de uma ou de um grupo de pessoas com intenções e estratégias definidas.

Ao fazer o diário alimentar proposto nas atividades alguns alunos perceberam a necessidade de adequar seus hábitos alimentares, pois observaram que em muitas de suas refeições faltava um ou outro representante dos três grupos de alimentos (construtores, reguladores ou energéticos).

A aula referencial foi de grande valia, contudo, pela questão de tempo não foi possível estender as discussões, reflexões e análises tanto quanto seria pertinente.

Aula referencial 2, o ponto de partida para aula foi à propaganda “tio da sukita” as perguntas para reflexão e análise desse comercial, procuram desvendar a ideologia passada de forma mascarada pelas imagens do mesmo, levando os alunos a refletirem sobre a comparação feita em segundo plano com o homem “mais velho e desajeitado” segurando um pacote com laranjas e a moça “esperta” tomando o refrigerante.

A propaganda: Tio da Sukita, que esta disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=qA-_USI0Pe4, foi satisfatória. Contudo, os educandos tiveram um pouco mais de dificuldade em perceber a “ideologia” passada em segundo plano pelo comercial. Apesar da dificuldade, quando perceberam, logo começaram a relacionar a situação vivida no comercial com o que acontece no dia a dia, onde, por exemplo, o aluno que leva para a escola uma fruta para consumir na hora do intervalo, acaba por inúmeras vezes no

ponto de vista deles, “pagando mico”.

Esse tipo de ideologia camuflada pode estar contribuindo com a indução de um comportamento consumista. A indústria capitalista busca comparar a imagem de “juventude, beleza, inteligência e esperteza” ao consumo de produtos industrializados e ao mesmo tempo, associar a imagem do “velho, ultrapassado, desajeitado e inconveniente” aos produtos “in natura”.

Essa imagem passada de forma sutil, aos poucos e incessantemente, pode estar sendo embutida sorratamente nas mentes em formação de nossos adolescentes. E podem estar provocando o que podemos chamar de distorção da imagem do “saudável”. Isso acaba refletindo no dia a dia de nossos educandos, onde é difícil e pouco provável que, os mesmos optem na hora do intervalo na escola ou ao fazer um lanche com os amigos, por um produto natural. Pois, para muitos deles, a imagem do natural já esta associada ao ultrapassado.

No que diz respeito às atividades, a maior parte dos alunos tiveram facilidade em perceber as principais estratégias de marketing vinculadas pelas propagandas dos produtos alimentícios e bastante criatividade na elaboração de propagandas (jingles) sobre alimentos saudáveis.

A aula referencial 3, análise da música “comer, comer” Genghis Khan- Trash 80 's. Possibilitou uma reflexão sobre a importância de uma alimentação saudável e a necessidade de conhecer a função de cada alimento e seu valor nutricional. Tendo assim, condições de montar uma dieta alimentar equilibrada que vise o bom funcionamento do organismo. Constatando ainda que, o mais importante em relação aos nutrientes na constituição do cardápio não é a quantidade, mas sim a variedade dos alimentos que o compõe.

A partir da música “comer, comer” Genghis Khan - Trash 80's. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=mWd9Oy2Cn3Y>, os alunos tiveram a oportunidade de aprofundar um pouco mais seus conhecimentos sobre uma alimentação saudável de forma lúdica e divertida.

Nas atividades ficaram surpresos com a quantidade de informações que pode-se obter de um produto ao analisar seu rótulo, alguns deles ainda demonstraram-se bastante intrigados, pois tinham conhecimento um tanto

quanto distorcido no que se referia a alimentos diet e light.

Durante todo o processo, foi trabalhado, a importância da leitura e compreensão dos rótulos, possibilitando ao educando melhor percepção da embalagem dos alimentos industrializados. Primeira forma de propaganda das indústrias, e os métodos que estas utilizam para tornar as imagens mais atraentes para o possível consumidor. Além de ter o intuito de sensibilizá-los sobre a necessidade de compreender as instruções contidas nos rótulos, permitindo assim, um maior controle sobre os produtos que serão consumidos e conseqüentemente sobre sua dieta alimentar.

De forma geral, foi percebido durante todo o processo de implementação do trabalho o interesse e envolvimento dos educando em relação ao tema e a importância deste para o dia-a-dia dos mesmos. O tema alimentos, trabalhado com esta nova visão, tornou para o educando o conteúdo mais significativo, lúdico e de extrema importância.

Percebeu-se também a dificuldade em trabalhar tão importante assunto devido à extensão e necessidade de aprofundamento no tema, e o pequeno número de horas aulas semanais destinadas o estudo das Ciências nas séries finais do Ensino Fundamental. Vale ressaltar que, o Colégio eleito para a implementação do presente trabalho é um dos únicos que contempla em sua grade curricular, 4 horas aulas semanais de Ciências nas sétimas séries, sendo este um dos motivos da escolha do público alvo pelo professor PDE.

4. CONCLUSÃO

A partir da proposta de implementação, foi possível avaliar o conhecimento dos adolescentes sobre a importância de uma alimentação equilibrada e a influência que os meios de comunicação exercem sobre eles, impulsionando-os a utilizar produtos que em sua maioria são desnecessários. Pode-se ainda acrescentar que, quando nos referimos a alimentos, as propagandas vinculadas por esses meios, na maioria das vezes enfatizam produtos industrializados como sendo os ideais para a alimentação de nosso dia a dia, mostrando apenas o lado prático e moderno de consumi-los, omitindo

ou limitando informações essenciais a manutenção da nossa saúde, como quantidade de sal, açúcar e gorduras, bem como, os conservantes presentes nesses alimentos.

Desta forma os meios de comunicação, agem por diversas vezes como vilões astutos que impõe sua ideologia às pessoas desavisadas e ingênuas no intuito de tirar proveito (lucro) desta situação.

No trabalho com os educandos ficou evidenciado a real necessidade de orientação constante quanto a perigos de uma alimentação "moderna", sugerida pela mídia e a importância de uma alimentação saudável, que inclua produtos naturais, como frutas e verduras diariamente.

É importante frisar que, embora a mídia possa reforçar o consumo de produtos de valor nutricional duvidoso e exaltar o culto à magreza como expressão máxima de beleza, ainda a família e amigos de nossos educandos destacam-se como fatores de influência, podendo ser utilizados como aliados na adequação de hábitos alimentares saudáveis.

5. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Alimentação Saudável: fique esperto!** 2008. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/propaganda/alimento_saudavel_gprop_web.pdt. Acesso em: 4 nov. 2008.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Rotulagem Nutricional, 2003**. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/alimentos/rotulos/resolucoes>. Acesso em: 12 nov. 2008

BALLONE, G.J. Transtornos Alimentares. In. **PsiquWeb, Internet**. revisto em 2003. Disponível em: <http://www.psiqweb.med.br/anorexia.html>. Acesso em: 26 nov. 2008.

_____. Transtornos Alimentares. In. **PsiquWeb, Internet**. Disponível em <http://www.psiqweb.med.br/>. Revisto em 2007. Acesso em: 26 nov. 2008.

BORGES, Maria Beatriz F.; JORGE Miguel R. **Evolução Histórica do Conceito de Compulsão Alimentar**: psiquiatria na prática médica. Disponível em: <http://www.unifesp.br/dpsiq/polbr/ppm/especial04.htm>. Acesso em: 26 nov. 2008.

BOOG, C. M. C. F. Contribuições da Educação Nutricional à Construção da

Segurança Alimentar. **Saúde em Revista**. Piracicaba, 2004.

BRASIL. Ministério da Saúde. Alimentação e Cultura: Influências na alimentação brasileira. In. **Publicações**. Disponível em: <http://nutricao.saude.gov.br/publicacoes.php>. Acesso em: 19 nov. 2008.

CORDÁS, Táki Athanássios. **Transtornos Alimentares**: classificação e diagnóstico. Disponível em: <http://www.hcnet.usp.br/ipq/revista/vol31/n4/pdf/154.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2008.

CONSUMIDOR BRASIL. **Alimentos industrializados**: quais os riscos de tanta praticidade.in: dicas de consumo. Disponível em: <http://www.consumidorbrasil.com.br/consumidorbrasil/textos/dicasconsumo/alimentos industrializados.htm>. Acesso em: 19 nov. 2008.

PARANÁ. Diretrizes Curriculares de Ciências para o Ensino Fundamental, Governo do Estado. Secretaria do Estado da Educação. **Superintendência da Educação**. 2008. Curitiba. SEED-PR. Disponível em: www.diadiaeducacao.pr.gov.br. Acesso em: 20 set. 2009.

EISENSTEIN, Evelyn; MATHEUS, Andréia Teixeira. **Fala Sério**: perguntas e respostas sobre adolescência e saúde. Rio de Janeiro: Vieira e Lent, 2006.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

JACOBSON, Marc S., EISENSTEIN, Evelyn e COELHO, Simone C. **Aspectos Nutricionais na Adolescência**. Adolesc. Latinoam., jul./set. 1998, v.1, n.2, p.75-83. ISSN 1414-7130.

LIBÂNIO, João Batista. **Ideologia e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1995.

LIMA, Milena. **Propaganda de Alimentos**: limitar é preciso. Disponível em: http://www1.uol.com.br/cyberdiet/colunas/070409_nut_propaganda.htm. Acesso em: 11 jun. 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão a Vida pelo Vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MOREIRA, M. A. **Aprendizagem Significativa**, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

MORAN, José Manuel. **Como Ver Televisão**: leitura crítica dos meios de comunicação. São Paulo: Paulinas, 1991.

_____. **Os Meios de Comunicação na Escola**. Série Idéias n. 9. São Paulo: FDE, 1994. 21-28p. Disponível em: http://www.crmariocovas.sp.gov.br/com_l.php?t=001. Acesso em: 03 jul. 2008.

SERRA,G. M. A.; SANTOS,E. M. Saúde e Mídia na Construção da Obesidade e do Corpo Perfeito. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 8, n. 3, p. 20.

RIO DE JANEIRO. Secretaria Municipal de Saúde. Semana de Alimentação Escolar, 2007. In. **Nutrição**. Disponível em: <http://www.saude.rio.rj.gov.br/>. Acesso em: 30 set. 2008.

STRASBURGER, Victor C. **Os Adolescentes e a Mídia**: impacto psicológico. Trad. Dayse Batista. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

VIGGIANO, Celeste. **Rotulagem dos Alimentos Industrializados Influenciando o Controle do Diabetes**. Sociedade Brasileira de diabetes, 2007. Disponível em: http://www.diabetes.org.br/Colunistas/Nutricao_e_Ciencia/index.php?id=1018. Acesso em: 19 nov. 2008.

ANEXO I

QUESTIONÁRIO INVESTIGATIVO

Nome: _____

nº _____ série _____ turma _____ turno _____

Idade: _____ Local onde mora () campo () cidade.

1. Complete a tabela abaixo indicando quais os meios de comunicação disponível em casa, e quantos minutos ou horas de seu dia, você utiliza esses meios. Se você utiliza outros meios além dos citados anote nos espaços em branco.

Meios de comunicação	Possui	Não possui	Tempo que utiliza por dia	
			De segunda a sexta	Fim de semana
Televisão				
Rádio				
Internet				
Revistas				
Jornal				

Para responder as questões 2 a 7 assinale com (X) uma ou mais afirmativa. Se achar necessário acrescente novas sugestões.

2. Quando se depara com a propaganda de alimentos na televisão, em revistas, jornal ou outro meio de comunicação. Qual sua reação?

- () fica indiferente, pois as propagandas não costumam chamar sua atenção.
 () sente vontade de experimentar o alimento mostrado.
 () compra ou pede para que seus pais comprem o alimento.
 () come o que encontrar na geladeira mesmo sem fome.

3. Se você já comprou algum produto só por ter entrado em contato com sua propaganda. Como recebeu a informação?

- () através de folhetos
 () pela televisão
 () pela internet
 () pelo rádio
 () por comentários de amigos.
 () outros _____

4. Na hora da compra, o que você leva em conta, para escolher seus alimentos.

- preço
- praticidade
- o mais saudável.
- aquele que faz mais sucesso, ou seja, que frequentemente faz promoções e esta presente em propagandas.
- aquele que apresenta no rótulo imagens mais atraentes e apetitosas.

5. Na hora de decidir o que você vai comer ou beber, o que você costuma levar em conta para tomar sua decisão?

- os comentários de seus amigos e colegas.
- o que recomenda sua religião.
- a opinião de sua família.
- os produtos mais conhecidos, pois estão presentes na mídia e são melhor aceitos por seu grupo de amigos.
- os produtos que trarão maior benefícios a sua saúde.
- outros. _____

6. Na hora do intervalo na escola, não é comum observarmos os alunos comendo frutas. Em sua opinião, isso acontece por que

- a merenda escolar não fornece com frequência esse tipo de alimento.
- a cantina da escola não disponibiliza frutas para venda.
- por não ter o costume de consumir frutas.
- pelo fato dos pais não terem o hábito de comprar frutas para que se possa levar para escola.
- não trazem a fruta por terem vergonha e medo de pagar mico.

7. O que você costuma fazer quando alguém diz que um produto que você gosta faz mal para sua saúde?

- não leva em consideração, pois até o momento não lhe fez mal algum.
- diminui o consumo.
- exclui totalmente o produto de seu cardápio.
- no começo leva em consideração o que foi dito, mas logo esquece e volta consumir o produto normalmente.

Para responder as questões 8 a 10 marque (X) apenas em uma das alternativas.

8. Quando acontecem promoções de alimentos ou bebidas com brindes. Você costuma comprar esses produtos para participar da promoção, mesmo que não tenha o hábito de consumi-lo em seu dia-a-dia?

- sim
- não

9. Você consegue entender as informações sobre o valor nutricional contidas em um rótulo de alimento?
() sim () não
10. Seus pais se preocupam com o tipo de alimento ou bebida que você consome na escola? Caso seja afirmativo o que dizem?
() sim () não
11. Você já parou para refletir sobre as intenções de uma propaganda?
() sim () não

Responda, escrevendo sua opinião para cada uma das questões que seguem.

12. Descreva uma propaganda de alimento ou bebida que mais te chamou atenção ou que você mais gostou.
13. Você acha que a propaganda de produtos alimentícios influencia na escolha dos alimentos que você compra? Por quê?
14. O que você entende por propaganda?