



# REFLEXÃO SOBRE ESCOLHAS ALIMENTARES

ANDRADE, Paula Moura<sup>1</sup>; LIMA, Meiryane de Oliveira<sup>1</sup>; SANTOS, João Pedro Mello<sup>1</sup>; NUNES, Maria Eduarda Costa<sup>1</sup>; SILVA, Yara dos Santos<sup>1</sup>; BARBOSA, Rafael de Oliveira<sup>1</sup>; CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro

## INTRODUÇÃO

A intensificação e a diversificação dos fluxos de informação sustentadas pelas redes digitais, que resultam em certa mediatização da cultura e reelaboração do real, desestabilizaram os lugares de legitimação dos saberes. Por consequência, esse ambiente de abundância informativa implica desafios e dificuldades na construção de atitudes para lidar com as “verdades” produzidas em profusão, fato observável, por exemplo, na insegurança quanto à qualidade da informação nutricional disponível. É modelar como o excesso de propagandas indiretas e não convencionais, onde se inserem os influenciadores digitais, deixam muitas dúvidas sobre o que comer. Entendendo que a educação alimentar precisa se ocupar com o processo de ‘filtragem’ de informações para contribuir para essas escolhas, abrimos um debate com jovens do segundo segmento do ensino fundamental em sua iniciação científica a fim de construir material digital para postagem em redes sociais.

## OBJETIVO

Produzir um vídeo de cinco minutos capaz de instigar o público jovem, com acesso à internet, a refletir sobre suas decisões alimentares.

## MATERIAL E MÉTODOS

Como a metodologia está baseada no resultado de uma análise sociocultural do consumo alimentar de jovens, sonorizamos o vídeo com a música “Ciranda da Bailarina”, de Edu Lobo e Chico Buarque, que critica a idealização na figura de uma bailarina. O roteiro e a produção foram construídos por jovens de mesma faixa etária do público alvo do material. Utilizamos como métodos a técnica de Grupo Focal e discussão em equipe.



## RESULTADOS

O conteúdo audiovisual escolhido para exposição, que envolve o pensar como o principal filtro do que devemos seguir na internet. No roteiro, a personagem se desespera por não saber o que fazer ou o que seguir nas redes e, depois de algumas tentativas sem rumo, pára e se vê diante da possibilidade de pensar para decidir o que vai comer. Nesse roteiro, a mensagem motiva a auto-reflexão sobre escolhas, entendendo que consultas a especialistas ou consultores podem tirar dúvidas em momento posterior a esse momento reflexivo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que a metáfora do ‘filtro’ de informações ecoa entre os jovens desta etapa do ensino fundamental como uma espécie de alerta para a reflexão como potência para uma boa escolha alimentar.

## PALAVRAS-CHAVE

Educação alimentar; Comunicação; Material digital para internet

## REFERÊNCIAS

- FERNANDES, J.M. **Consumo Alimentar de jovens estudantes: análise dos significados de lanches na escola**. Dissertação de mestrado do PPGN/UFRJ, defendida em março 2018.
- KENSKI, V. M. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. Campinas, SP; Papirus, 2003. 157p.
- KITZINGER, J. Focus groups with users and providers of health care. In Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.19, n.3, p 777-796, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, J. Desafios culturais da Educação à Comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v.18, p.51-61, 2000.
- MARTINO, L. M. S. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. 291p.
- MORGAN, D. L. **Focus group as qualitative research**. London: Sage, 1997.