

**4ª SÍNTESE COMO OS PROFESSORES
CONCEBEM CONSUMO?**

COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CONSUMO

20

21

CÁTEDRA
M.A. BACCEGA

ESPM

INTRODUÇÃO

A Cátedra Maria Aparecida Baccega do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo - PPGCOM ESPM, em parceria com o Instituto Palavra Aberta, é dedicada às inter-relações entre comunicação e consumo, privilegiando a sua interface com o campo da educação. Desde 2019, a Cátedra tem realizado pesquisas com educadores dos ensinos Fundamental e Médio sobre seus hábitos de consumo midiático e como trabalham as mídias com seus alunos. A partir dos dados coletados, são desenvolvidas ações para apoiar a formação de educadores, de forma a contribuir para uma melhor utilização e consumo dos meios.

Dando continuidade ao estudo longitudinal, e visando refletir sobre educação para a mídia e para o consumo em 2021, quando as escolas retomavam as aulas presenciais, foi realizado um grupo focal por meio de videoconferência, com a participação de educadores do Ensino Básico, com a participação de quatro educadores do Ensino Básico, dois de escolas públicas e dois de escolas particulares, após o encerramento do ano letivo.

A condução do grupo focal foi alicerçada em seis perguntas, a saber:

- 1 | Como se dá o consumo de mídia pelos professores?
- 2 | Como trabalham/produzem mídia na sala de aula?
- 3 | Há consciência crítica do uso da mídia pelos alunos?
- 4 | Como os professores concebem consumo?
- 5 | A relação dos professores com as mídias.
- 6 | Existem projetos de educação para os meios (e para o consumo) nas escolas?

COMO OS PROFESSORES CONCEBEM CONSUMO?

Quando questionados sobre como têm se preocupado com a temática do consumo em sala de aula, os professores entrevistados, em sua maioria, apontam que não trabalham diretamente com esse assunto e que o abordam de forma indireta quando falam sobre segurança de dados e redes sociais.

Uma das professoras conta que busca trazer provocações na sala de aula sobre os algoritmos, como são direcionados pelas preferências dos indivíduos e como isso influencia no que surge para eles em suas redes e, conseqüentemente, aparecendo com certa frequência, pode impactar na compra de produtos. Outro professor relata que desenvolve uma dinâmica em sala de aula sobre a questão algorítmica para demonstrar o impacto que isso tem no uso e consumo de mídia. Ele explica que propõe essa brincadeira para que seus alunos percebam como os dispositivos que eles usam podem ver e ouvir e, mais do que isso, como os cookies que aceitam reverberam no consumo deles, pois “a maior parte dos aplicativos quer saber o que eles estão consumindo para indicar produtos, o que demonstra que há uma questão financeira por trás desses dados”. Nesta perspectiva, outra educadora menciona que costuma falar sobre essa venda de dados nas redes sociais, apontando que “se não estão te cobrando é porque você está sendo vendido”.

Outra questão abordada em sala de aula é o consumismo. Os professores reconhecem que a sociedade está fundamentada no consumo, sendo quase “impossível não consumir”. Inclusive, um dos professores aponta que seus próprios alunos se enxergam como seres consumistas e têm consciência de que precisam refletir sobre esse tema. “Com 13 e 14 anos eles já sabem da facilidade que se tem hoje para comprar alguma coisa. Com 1 clique na Amazon já é possível. Por isso, a gente conversa sobre isso com o intuito de refletir se determinadas compras são supérfluas ou não, tendo em vista até que ponto isso traz felicidade, satisfação e se vale a pena”.

Dessa forma, nota-se que a reflexão em torno do consumo é concebida de diferentes maneiras pelos professores na sala de aula. Alguns dizem que abordam o tema de forma mais superficial, outros chegam a propor dinâmicas em sala de aula para com-

preender as relações mercantis dentro do ambiente digital. No entanto, percebe-se que ainda há espaço para aprofundar a temática. Inclusive, como pontuado por uma das professoras entrevistadas, a nova BNCC traz a necessidade dos professores passarem a olhar com mais afinco para o consumo midiático, em contrapartida o que se percebe é que os professores formados em pedagogia não estão preparados para trabalhar com essa temática e acabam desviando dessas questões em sala de aula.
