|  |  |
| --- | --- |
|  | Ensino MédioMídias e Valores Sociais: TV e Consumo Infantil. |

## Competência(s) / Objetivo(s) de Aprendizagem:

Explorar criticamente o papel da TV como difusora de cultura e costumes.

Identificar relações entre a economia e a TV como mobilizador do consumo.

Identificar a criança como foco de campanhas ideológicas e publicitárias.

Conteúdos:

Economia e TV.

Cultura e Costumes.

Campanhas publicitárias ideológicas.

## Palavras Chave:

TV; Criança; Publicidade; Consumo.

## Início de Conversa:

A TV, fenômeno contemporâneo que remonta a década de 30 do Século XX, ganhou espaço entre as crianças desde a sua popularização. Atualmente, grande parte dos recursos destinados aos programas de televisão tem como destino, direto ou indireto, o público infantil. A TV, contudo, é um instrumento lúdico com poderes reconhecidos na cristalização de ideologias e costumes, principalmente no momento de maior aprendizado do ser humano.

Compreender a TV como questão sociológica e realizar uma verificação crítica de suas influências em crianças é o papel deste conjunto de reflexões.

## Para Organizar o seu Trabalho e Saber Mais:

Leia previamente o texto sobre o consumo infantil do site ‘consumismo e infância’. Se possível, faça cópias para seus alunos ou projete o texto para leitura em sala.

Texto 1: A influência da TV no consumo infantil <http://www.consumismoeinfancia.com/14/06/2011/influencia-da-tv-no-consumo-infantil/>

Veja previamente o documentário “Criança, a alma do negócio” e verifique as possibilidades de passá-lo para seus alunos.

Vídeo 1: <http://www.youtube.com/watch?v=rNlIgEm_5U8>

Explore previamente o site da Disney no Brasil, na página do programa Hannah Montana

Site 1: <http://www.disney.com.br/DisneyChannel/Programas/show_495_Hannah_Montana/sitio/index.html>

Veja previamente o Vídeo “Party in the USA” da cantora Miley Cirus e verifique as possibilidades de passá-lo para seus alunos

Vídeo 2: <http://www.youtube.com/watch?v=czQLRNqD7X0>

Explore livremente o site do instituto ALANA.

Site 2: <http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/Home.aspx>

## Indicações de Leitura e Vídeos:

Leia um artigo interessante acerca da influência da publicidade na formação de valores em <http://www.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/artigo%20tamara.pdf>

Veja o documentário norte-americano Consuming Kids (A comercialização da infância), legendado em <http://www.youtube.com/watch?v=mLuRH7nmhy4> . Este vídeo pode ser utilizado em sala de aula.

## 1ª Etapa: Conhecendo o problema a partir de um blog.

Comece identificando a sociologia como meio de compreender a sociedade em que vivemos e trazendo a noção de que as formas de difusão de cultura e conhecimento fazem parte das relações sociais e humanas. Por isso, a sociologia também se destina à análise dos meios de comunicação. Pontue que também é papel da sociologia compreender hábitos de consumo e da vida econômica das sociedades.

Com este conjunto de informações, inaugure a aula falando que as atividades que se seguirão têm a finalidade de analisar estes três ‘itens’ da sociologia: hábitos de consumo, meios de comunicação em massa e cultura.

Traga para os alunos, então, a informação de um Blog acerca do consumo infantil (texto 1). Trabalhe os números do artigo, pedindo aos alunos que relatem se eles, pessoalmente passavam muitas horas na frente da TV durante a infância.

## 2ª Etapa: Analisando um documentário.

Esta etapa é um pouco mais longa e pode ser trabalhada em conjunto com outras matérias, como filosofia ou Língua Portuguesa (linguagem publicitária).

Fale aos alunos que a classe verá um documentário. Peça, todavia, que os alunos mantenham registros para a análise dos seguintes tópicos:

* Relação publicidade X obesidade Infantil / Relação publicidade X público alvo / Relação publicidade X pais

Ao final do documentário promova uma discussão coletiva (plenária), conduzindo as respostas às seguintes questões:

1. O nível de instrução de pais ou crianças pode afetar a aceitação/permissão da publicidade infantil?
2. A criança está intelectualmente preparada para ‘filtrar’ a publicidade infantil? Então por que as mensagens se destinam a ela?
3. O vídeo mostra uma posição clara acerca do problema?
4. Quais os hábitos que estão sendo criados a partir das propagandas televisivas?
5. Quais as relações que se pode estabelecer entre os personagens da TV e os ‘sonhos’ das crianças?
6. Pode-se perceber claramente a falta de consumo consciente por conta de crianças?

Como finalização da etapa, proponha aos alunos que, em duplas ou trios, realizem, em seus cadernos, um relatório das principais questões discutidas. Para tanto, eles deverão responder a seguinte questão orientadora: quais as problemáticas e relações existentes entre propaganda televisiva e infância na sociedade atual?

## 3ª Etapa: O Caso Hannah Montana.

Pergunte aos alunos se conhecem a personagem Hannah Montana e a atriz Miley Cirus. Passe então à análise conjunta do site dos estúdios Disney de TV sobre o programa televisivo Hannah Montana (site 1).

Questione os alunos sobre qual o público-alvo do programa, quais seus atrativos e qual a temática nele presente. Para isso, peça que os alunos analisem as músicas, cores, efeitos sonoros, palavras, vídeos, jogos etc. Peça aos alunos para tentarem estabelecer uma idade média das pessoas a quem se destina o programa.

Considere com os alunos em seguida como se dá a identificação entre personagem e atriz e os correntes efeitos do estrelato no imaginário popular. Pondere com os aluno se normalmente é comum estabelecermos uma ligação entre personagem e ator a ponto de haver uma constante identificação. Questione ainda se esta ligação é mais forte quando realizada por crianças e para crianças.

Veja com os alunos o clipe da música Party in the USA, da cantora Miley Cirus (atriz de Hannah Montana) (Vídeo 2). Antes de iniciar, solicite que os alunos prestem atenção em posturas, palavras, gestos, imagens, roupas e símbolos presentes no vídeo.

Questione-o sobre quais os valores sociais que o vídeo mostra e como eles são tratados. Pondere a respeito da ligação entre a atriz/cantora e o público infanto-juvenil. Questione também se é possível verificar ligações entre o que o vídeo mostra e o comportamento infanto-juvenil da atualidade. Colha exemplos e depoimentos

Sugere-se ao professor que assuma uma postura imparcial acerca do vídeo, mas que questione as relações entre infância e valores, de forma a compreender os efeitos da TV em crianças.

## 4ª Etapa: Explorando o site de uma ONG.

Como finalização do processo, propõe-se uma atividade dupla de pesquisa.

Inicialmente, peça aos alunos que explorem livremente o site do instituto ALANA (site 2), identificando do que ele trata, quem são seus mantenedores e quais as suas áreas e páginas de interesse. Esta atividade pode ser realizada em casa ou em um laboratório de informática, a depender das condições locais. Peça aos alunos que façam um breve relatório acerca da pesquisa realizada.

A segunda atividade é uma leitura crítica de um dos textos disponibilizados no local *Bilbioteca/Artigos* do site do instituto ALANA. Solicite aos alunos que selecionem um dos textos e elaborem uma resenha acerca do mesmo. Na resenha os alunos deverão indicar: qual a fonte e autor do texto, qual o assunto discutido e deverão selecionar 3 passagens de interesse e realizar comentários. Esta atividade pode ser realizada para avaliação.