

# Fast food

## CONCEITOS A EXPLORAR

### Língua portuguesa

Narrativa e narrador.

Contextos: o verbal do vídeo e o verbal do cotidiano.

Recursos expressivos da linguagem verbal: personificação, ironia, comparação, metáfora e metonímia.

Recursos expressivos da linguagem verbal: poder argumentativo da fala.

### Química

Nutrientes: substâncias orgânicas (aminoácidos, proteínas, carboidratos, lipídios e vitaminas) e inorgânicas (água e eletrólitos).

Consumo e liberação de energia nas reações químicas: metabolismo e produção de ATP.

### Geografia

Produção e espaço.

Interdependência das atividades econômicas: distribuição, consumo e *marketing* como esferas interdependentes de atividade econômica.

Produção flexível, qualidade do produto e o novo papel do cliente-consumidor.

Trabalho, lazer e consumo: tempo livre de trabalho como prazer cobijado nas grandes cidades do mundo contemporâneo.

Globalização econômica: estrutura das grandes redes multinacionais; interconexão com as empresas e os lugares; globalização dos hábitos alimentares.

## COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

### Língua portuguesa

Analisar, interpretar e aplicar os recursos expressivos das linguagens, relacionando os textos e seus contextos por meio de observação de natureza, função, organização e estrutura das manifestações, de acordo com as condições de produção/recepção (intenção, época, local, interlocutores participantes da criação e propagação de idéias e escolhas, tecnologias disponíveis etc.).

Articular redes de diferenças e semelhanças entre as linguagens e seus códigos.

Entender os princípios das tecnologias da comunicação e da informação e associá-las aos conhecimentos científicos, às linguagens que lhes dão suporte e aos problemas que se propõem a solucionar.

Entender a natureza das tecnologias da informação como integração de linguagens, códigos e meios de comunicação diferentes; entender também a função integradora que elas exercem na relação com as demais tecnologias.

### Química

Interpretar e utilizar diferentes formas de representação (tabelas, gráficos, expressões, ícones etc.).

Utilizar tecnologias básicas de redação e de informação, como a dos computadores.



## Geografia

Reconhecer aspectos químicos relevantes na interação individual e coletiva do ser humano com o ambiente.

Reconhecer o papel da Química no sistema produtivo industrial e no rural.

Compreender e aplicar no cotidiano os conceitos básicos de Geografia.

Aplicar as tecnologias das Ciências Humanas e Sociais na escola, no trabalho e em outros contextos relevantes para a vida.

Reconhecer os fenômenos espaciais a partir de seleção, comparação e interpretação, identificando as singularidades ou generalidades de cada lugar, paisagem ou território.

Identificar, analisar e avaliar o impacto das transformações naturais, sociais, econômicas, culturais e políticas no seu 'lugar-mundo', comparando, analisando e sintetizando a densidade das relações e transformações que tornam concreta e vivida a realidade.

Reconhecer, na aparência das formas visíveis e concretas do espaço geográfico atual, a sua essência, ou seja, os processos históricos e os processos contemporâneos, conjunto de práticas dos diferentes agentes que resulta em profundas mudanças na organização e no conteúdo do espaço.

Construir uma visão mais crítica da indústria cultural e dos meios de comunicação de massa, avaliando o papel ideológico do marketing como estratégia de persuasão do consumidor e até do eleitor.

## INTERFACE COM OUTRAS DISCIPLINAS

### Biologia

Importância dos alimentos para a vida; teores de gordura.

Estudo dos nutrientes orgânicos (proteínas, carboidratos, lipídios, minerais e vitaminas).

### Economia

Trabalho (novas organizações, tempo livre, trabalho feminino); indústria e comércio de produtos alimentícios; *marketing*; consumo de bens e serviços; redes de empresas.

Preços de *fast food*; processos de argumentação; consumo.

### Higiene e saúde

Nutrição e higiene oral.

### História

Influência das Guerras Mundiais na mudança dos hábitos alimentares e no comportamento social.

Processo de inovação tecnológica e expansão do *fast food*; criação de novas necessidades devido ao processo de urbanização, com mudanças no consumo de bens e serviços.

### Sociologia

Mudanças provocadas pelo *fast food* nas relações sociais: geração *fast food* e consumo; mudanças no comportamento familiar: das antigas refeições 'em família' para a alimentação individual em restaurantes.

Mudança do papel social da mulher, ao se libertar do trabalho doméstico e assumir outras funções no mercado de trabalho.

# SUGESTÕES PARA EXPLORAR O VÍDEO

## Língua portuguesa

*Maria Thereza Fraga Rocco*

Analise o vídeo com a classe, estabelecendo relações entre imagem e texto. Leve os alunos a reconhecer e reconstruir a narrativa e a explorar a evolução do narrador/apresentador, bem como a 'costura' de depoimentos mais representativos ('costura' individual: várias falas da mesma pessoa; 'costura' transversal: intertextualidade das muitas falas).

### Atividades

- Peça a grupos de alunos para gravarem entrevistas em diferentes situações, com representantes de grupos sociais e faixas etárias variados, explorando a história das refeições.
- Oriente também a realização de entrevistas (na família, em outros grupos, em estabelecimentos como o Mc'Donalds ou outro similar) acerca do hábito de consumo de *fast food*. Quem costuma comer nesses lugares? Quando? Com que frequência?

A partir das entrevistas, promova discussões em classe, ou entre classes, atentando basicamente para:

- a construção do texto oral e do texto escrito;
- tipos de discurso (escrito e oral) utilizados;
- índices de argumentação;
- recursos lingüísticos diversos (figuras);
- diferenças e semelhanças entre a narrativa cotidiana e a da tevê (no vídeo).

### Atividade

- Oriente a produção de textos, ilustrados por figuras e tabelas, que traduzam resumidamente o vídeo assistido.

## Química

*Claudia Amoroso Bortolato Elias*

Comece a explorar o tema uma semana antes de apresentar o vídeo, levando os alunos a prestarem atenção em seus próprios hábitos alimentares.

### Atividade

- Peça para os alunos fazerem um registro diário de tudo que comerem, desde o café da manhã até a última refeição. O ideal é fazer o acompanhamento durante uma semana inteira, incluindo um final de semana, quando costumam ocorrer mudanças nos hábitos alimentares.

Discuta a necessidade do alimento como fonte de energia e de nutrientes para o organismo, as razões pelas quais necessitamos de energia e as formas de armazenarmos essa energia.

### Atividades

- Analise com os alunos uma tabela de valor calórico dos alimentos e leve-os a observar a própria dieta sob esse ponto de vista. Somando em seus registros o consumo calórico de cada dia e dividindo pelo número de dias, eles podem calcular a quantidade média de calorias ingeridas durante a semana.
- Esses resultados podem ser comparados com as quantidades recomendadas, de acordo com faixa etária e sexo. (Mas é preciso levar em conta as diferenças individuais, socioeconômicas, culturais e regionais.)

Além do valor calórico (energia química) dos alimentos, discuta também o valor nutricional, como ponto de partida para uma dieta balanceada, dentro das possibilidades individuais, levando em consideração a relação energético/protéica da dieta.

Como exemplo, observe que em um homem adulto é ideal o consumo diário de 3.000 kcal (12.600 kJ) assim distribuídas:

- 50-55% de carboidratos
- 30% de lipídios
- 15-20% de proteínas

Aproveitando a conversa a respeito de alimentação, fale dos prejuízos da ingestão exagerada de carboidratos e da importância da higiene bucal.

## Novas tecnologias

Discuta a expansão e a diversificação da produção de alimentos e do padrão de alimentação das populações urbanas.

Destaque o papel da técnica e das inovações tecnológicas na produção de bens e serviços e também na organização social do trabalho, com todas as implicações na esfera do consumo.

Enfatize o novo arranjo produtivo e comercial e sua repercussão espacial nas cidades, bem como as novas formas de apropriação da natureza (novos métodos de produção, conservação e embalagem dos produtos alimentícios).

### Atividades

- Peça para os alunos fazerem uma lista de novos produtos de preparo rápido oferecidos no mercado, pesquisando o país de origem de cada um.
- Sugira que comparem com produtos similares mais antigos, com sua produção e seu uso.

## Depoimentos dos alunos

Utilize os depoimentos dos alunos como ponto de partida para discutir:

- o poder da propaganda e do *marketing* sobre uma parcela cada vez maior de consumidores;
- sua influência dominante na criação de um novo imaginário infantil;
- as dimensões simbólica e afetiva das práticas

de persuasão dos agentes globais, com a utilização de brindes, palhaços e outros recursos.

### Atividade

- Peça para os alunos entrevistarem pessoas de faixas etárias e classes sociais diferentes a respeito das empresas de *fast food*.

## As praças de alimentação

Faça uma observação crítica da paisagem expressa na complexidade da praça de alimentação dos *shoppings*, mostrando como a circulação ali faz parte de nossas relações cotidianas nas cidades grandes e médias.

Chame a atenção para o fato de que esses ambi-

entes materializam as práticas de tempo livre de agentes sociais e econômicos originados em outros contextos, em outras culturas e em outras sociedades.

Mostre como esses agentes não estão ali apenas fisicamente: estão presentes também nas relações sociais e na gestão do espaço geográfico.

### Atividade

Se possível, vá com seus alunos a uma praça de alimentação e oriente para que observem:

- a paisagem, as diferenças de faixa etária do público consumidor e a presença de grupos sociais locais (chamando a atenção para o consumo alimentar como forma de utilização do tempo livre);

- as diferenças entre os alimentos típicos de distintos países e regiões;
- a origem dos produtos e das embalagens usados tipicamente pelas empresas de *fast food* (copos, canudos, maioneses e outros condimentos).

## Consulte também

### Livros

BECKER, Bertha K. & EGLER, Claudio A.G. *Brasil: Uma nova potência regional na economia-mundo*. São Paulo, Bertrand Brasil, 1993.

BENKO, Georges. *Economia, espaço e globalização: na aurora do século XXI*. São Paulo, Hucitec, 1996.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede*, vol 1. São Paulo, Paz e Terra, 1999.

CHESNAIS, François. *A mundialização do capital*. São Paulo, Xamã, 1996.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo, Hucitec, 1992.

KOOLMAN, J. & RÖHM, K.H. *Color Atlas of Biochemistry – Organic Nutrients*. Stuttgart, Thieme, 1996, pp. 326-335.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo, Hucitec, 1996.

Folhetos distribuídos por empresas de *fast food*.