



UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS COMERCIAIS EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL: UM OLHAR PARA A REVISTA ELETRÔNICA DO MESTRADO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Cláudia Böck Berwaldt¹
Rosângela Ines Matos Uhmman²

Resumo: Um dos impasses da inserção da Educação Ambiental (EA) no currículo é a dificuldade de desenvolver estratégias pedagógicas que contribuam na inserção da EA de forma transversal no Ensino de Ciências. Esta pesquisa teve por objetivo realizar um estudo investigativo sobre a utilização das mídias comerciais da EA para verificar a potencialidade dos mesmos em problematizar e contextualizar as questões ambientais. Neste estudo de cunho qualitativo do tipo bibliográfico buscou-se em artigos da Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental (REMEA), entre 2019 a 2023, usando-se os descritores: “Educação Ambiental” e “Ciências”. Após, foi verificado a presença de ao menos um dos descritores: “filme, vídeo e/ou documentário”, ignorando a presença dos mesmos nas referências e notas de rodapé, bem como as mídias não comerciais, tendo por base as etapas de Bardin respectivas à análise de conteúdo. Foram encontradas cinco mídias. As quais, após analisadas quanto ao nível, também impulsionaram a elaboração de questionamentos, a exemplo da mídia: i) Bee Movie (Como o uso de pesticidas e a poluição afetam as abelhas e outros polinizadores? Como sua sobrevivência está sendo afetada pelo aquecimento global? Nível: Ensino Fundamental - EF); ii) Para onde foram as andorinhas? (Como a urbanização e a destruição de habitats afetam as populações de andorinhas? Nível: EF); iii) Como treinar o seu dragão (Qual é a importância do desenvolvimento sustentável? Qual é a importância da biodiversidade em um ecossistema? Nível: EF); iv) White Noise (Quais as consequências do vazamento de produtos químicos ao meio ambiente? Nível: Ensino Médio - EM) e v) Up: Altas aventuras (Quais são os desafios na conservação de áreas naturais? Como a urbanização afeta a preservação de habitats naturais? Quais são os impactos do desenvolvimento urbano no meio ambiente? Nível: EM). Evidenciou-se que a mesma mídia comercial pode abordar mais de uma temática ambiental (Saúde, poluição, contaminação da água, solo e ar, desmatamento, mudanças climáticas, agrotóxicos e biodiversidade). Com base na complexidade dos questionamentos, caracterizamos os filmes em níveis de ensino, esses que podem variar de nível, dependendo do aprofundamento das estratégias de

¹ Graduanda em Química, Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *campus* Cerro Largo-RS, bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), contato: cbberwaldt@gmail.com

² Doutora em Ensino de Ciências, Professora do Curso de Química Licenciatura da UFFS e do Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências (PPGEC) da UFFS, contato: rosangela.uhmann@uffs.edu.br.



ensino pelo professor na efetivação da ação com foco na EA. Portanto, as mídias comerciais relacionadas a EA auxiliam na construção do conhecimento com potencialidade para problematizar e contextualizar as questões ambientais. Salienta-se que as mídias comerciais podem ser trabalhadas tanto no EF quanto no EM. O que vai depender da complexidade que é questionada, refletida, discutida, avaliada, planejada e avaliada. Sendo assim, o uso de mídias comerciais com foco na EA é capaz de enriquecer a prática pedagógica com reflexões, quando a linguagem a ser explorada no contexto da situação prática. Assim entender que o ser humano não pode mais dominar a natureza na tentativa de controlar a mesma. É preciso estimular o senso crítico de temáticas atreladas ao contexto social, político, cultural, ético e ecológico por meio do uso de filmes comerciais com foco na EA. Enfim, necessita-se estreitar os laços entre identidade, cultura e natureza, pois é nesta que nos reencontramos com os demais seres vivos.

Palavras-chave: Socioambiental; filmes comerciais; Ensino de ciências.

Categoria: Ensino.

Financiamento: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS)