#SeLiganaMídia

Linguagens e suas Tecnologias.

Comprar, ou não comprar, eis a questão.

MAPPA

Material de Apoio ao Planejamento e Práticas
do Aprofundamento

Sumário

Apresentação do MAPPA 3

Apresentação da Unidade Curricular 4

Comprar, ou não comprar, eis a questão. 5

Percurso integrador 6

Quadro integrador 7

Componente 1 9

Observatório de Marketing 9

Atividade 1 11

Atividade 2 16

Atividade 3 19

Atividade 4 22

Atividade 5 26

Componente 2 29

Cultura de Consumo 29

Atividade 1 31

Atividade 2 35

Atividade 3 41

Atividade 4 46

Atividade 5 51

Componente 3 55

Marketing Esportivo **Erro! Indicador não definido.***Atividade 1* 57

Atividade 2 61

Atividade 3 65

Atividade 4 70

Atividade 5 75

Componente 4 78

Efeitos, trilhas e estratégias sonoras. 78

Atividade 1 80

Atividade 2 82

Atividade 3 86

Atividade 4 89

Atividade 5 92

VERSÃO PRELIMINAR

Apresentação do MAPPA

Professor, o conteúdo que você tem em mãos é o Material de Apoio ao Planejamento e Práticas do Aprofundamento (MAPPA), ou em outras palavras, o guia para a implementação da parte flexível do Currículo do Novo Ensino Médio do Estado de São Paulo: os Aprofundamentos Curriculares.

Nas páginas a seguir, haverá informações e orientações para o desenvolvimento das Unidades Curriculares que compõem esse material. Cada Unidade Curricular é composta por componentes inéditos, os quais foram idealizados pensando nos professores da(s) área(s) de conhecimento deste aprofundamento. Por isso, para apoiar o trabalho no componente escolhido, além das orientações gerais, você contará também com sequências de atividades. Cada uma dessas atividades tem duração média prevista de quatro semanas, cujo objetivo principal é oferecer aprendizagens contextualizadas que favorecem o aprofundamento das competências e das habilidades da Formação Geral Básica e o desenvolvimento das habilidades dos eixos estruturantes (investigação científica, processos criativos, mediação e intervenção sociocultural e empreendedorismo). Além disso, por meio dessas práticas, que têm como finalidade o apoio à formação integral dos estudantes, os quais terão a oportunidade de desenvolver aprendizagens que contribuam para alcançar os seus interesses e suas necessidades particulares, articulando, ainda, seus estudos com os Temas Contemporâneos Transversais, os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, seus respectivos Projetos de Vida, com possibilidades mediante o mundo do trabalho e com suas perspectivas em relação ao ingresso Ensino Superior.

Sendo assim, com o intuito de melhor apoiá-lo na organização do seu cronograma, projetos e planejamento das aulas, bem como o de assegurar o percurso e a integração prevista para os componentes de cada Unidade Curricular, há, neste material, propostas e sugestões de atividades, com as orientações, para o desenvolvimento de suas aulas. É importante lembrar que a equipe escolar tem liberdade na seleção das atividades e materiais que melhor se adequem à realidade local, levando em conta também adaptações inclusivas que melhor atendam os estudantes elegíveis aos serviços da Educação Especial.

Ademais, você e sua equipe escolar podem planejar e organizar o tempo de cada percurso e integrações possíveis entre os componentes, tendo em vista os objetivos, as competências, as habilidades e os objetos de conhecimento propostos.

No início das orientações de cada um dos componentes, você encontrará uma breve introdução do que será desenvolvido, os objetos de conhecimento, as competências e habilidades em foco e o(s) eixo(s) estruturantes que estão no centro do percurso. Ainda para apoiá-lo nesse processo, há atividade exemplo,

VERSÃO PRELIMINAR

com sugestões de sequências de práticas, materiais de apoio, dicas para momentos de integração com os demais componentes e momentos de diferentes tipos de avaliação e autoavaliação. Muitas dessas informações aparecerão em boxes chamados “Saiba Mais”, “De olho na integração” e “Avaliação”, que serão sinalizados nos textos com o intuito de apresentar conteúdos complementares, que podem ser úteis durante as suas aulas. Você pode seguir, adaptar, ampliar ou usar essas atividades como inspiração para o seu planejamento. Lembre-se de que o seu protagonismo, seus conhecimentos e experiências, assim como os de seus colegas, são fundamentais para o êxito de todos ao longo deste percurso.

Apresentação da Unidade Curricular

O objetivo desta unidade é um estudo voltado à área da publicidade e propaganda. A partir da curadoria, análise e criação de produtos publicitários, o estudante produzirá conteúdos significativos, considerando as práticas locais e individuais de consumo, diante de questões como: *O que caracteriza o marketing digital? Que estratégias as mídias usam para estimular o consumo de produtos e serviços e a adesão às marcas e seus valores? Qual o papel da música nas práticas do campo publicitário? Como são elaborados anúncios e campanhas publicitárias que influenciam minha vida e a das pessoas do lugar onde vivo? Como criar e participar de empreendimentos sociais que impactam positivamente a forma como a comunidade se relaciona com o consumo, promovendo perspectivas crítica, sustentável, inclusiva e responsável? De que forma analisar questões sociais para tomada de decisões coletivas ou individuais, pensando no bem comum?*

Como produto final será produzido um *podcast* com episódios que abordem temas trabalhados em todos os componentes, com possibilidade de convidar pessoas para serem entrevistadas. O foco dos *podcasts* será a problematização do comportamento consumidor, apresentando uma visão crítica sobre a sociedade de consumo.

VERSÃO PRELIMINAR

Comprar, ou não comprar, eis a questão



Percurso integrador



COMPRAR, OU NÃO COMPRAR, EIS A QUESTÃO



COMPONENTES

- Observatório de marketing
- Cultura de consumo
- Marketing esportivo
- Efeitos, trilhas e estratégias sonoras





COMO OS COMPONENTES ESTÃO INTEGRADOS?

Por meio de atividades que promovem estudos e reflexões acerca dos elementos visuais, textuais, sonoros e culturais que estão envolvidos nos processos de criação e divulgação de produtos e serviços em diferentes sociedades.

HABILIDADES DOS EIXOS ESTRUTURANTES

EMIFLGG01
EMIFLGG04
EMIFLGG05
EMIFLGG07
EMIFLGG09
EMIFLGG10
EMIFLGG11
EMIFLGG12



Quadro integrador

Professor, nas Atividades desta Unidade Curricular os estudantes...

Observatório de Marketing.	Cultura de Consumo.	Marketing esportivo.	Efeitos, trilhas e estratégias sonoras.
Atividade 1			
Investigam e **refletem** sobre os impactos da publicidade nos hábitos de consumo.	**Discutem** e **refletem** sobre seus comportamentos habituais com relação a bens e serviços que consomem. **Investigam** e **definem** “bens de consumo” e “bens de serviços”.	**Analisam** propagandas em diferentes linguagens e **refletem** sobre o papel do marketing esportivo.	**Refletem** sobre o impacto das músicas na vida do jovem. **Experimentam** aplicativos de áudio
Atividade 2			
Produzem roteiros e **elaboram** apresentações orais no estilo *pitch* com foco nas questões éticas relacionadas à publicidade.	**Refletem** e **discutem** a respeito dos impactos que diferentes práticas de consumo podem gerar no meio ambiente. **Realizam** cálculos de suas “pegadas ecológicas” e “pegadas de carbono". **Produzem** infográficos com informações sobre como ser um consumidor mais responsável.	**Investigam** as principais marcas de patrocinadores esportivos. **Apresentam** os resultados sobre o retorno financeiro dessas empresas.	**Criam** glossário com termos da música. **Apreciam** parâmetros do som.
Atividade 3			
Investigam *advertisings*. **Refletem** sobre o uso de *advergames*. **Criam** *podcasts* sobre hábitos de consumo dos jovens.	**Investigam** como as diferentes culturas ao redor do mundo influenciam nos bens de consumo e serviços que são produzidos, ofertados e adquiridos em diferentes sociedades.	**Pesquisam** e **debatem** temas polêmicos relacionados ao marketing esportivo, estereótipos e preconceitos. **Propõem** uma atividade esportiva inclusiva.	**Experimentam** e **compartilham** práticas sonoras.
Atividade 4			
Elaboram roteiros e argumentos **e criam** vídeo publicitário de conscientização do comportamento consumidor.	**Exploram** ações mais sustentáveis relacionadas ao consumo e produção de bens e serviços ao redor do mundo **Investigam** os impactos ambientais causados pela produção e consumo na sociedade contemporânea.	**Organizam** uma partida de futebol e **criam** campanhas publicitárias. Analisam os pontos positivos e negativos de todo trabalho.	**Resgatam** músicas comerciais. **Recriam** jingle. **Pesquisam** profissionais do campo publicitário.
Atividade 5			
Desenvolvem um canal de podcast e **selecionam** os episódios.	**Planejam** e **produzem** episódios de *podcast* que discutam a respeito dos efeitos das diferentes culturas nas práticas de consumo, tanto do Brasil, como de outros lugares do mundo.	**Criam** e **apresentam** um podcast. **Promovem** uma roda de conversa para avaliar o resultado final.	**Criam** composições e **apresentam** um festival de jingles.



Componente 1
Observatório de Marketing

Duração: 60 horas

Aulas semanais: 4 aulas

Quais professores podem ministrar este componente: Língua Portuguesa ou Língua Inglesa ou Língua Espanhola ou Arte.

Informações gerais:

A fim de auxiliá-lo no percurso desta Unidade Curricular, o componente Observatório de *Marketing* sugere o trabalho com as práticas de linguagem contemporâneas, considerando os eixos da Leitura, Produção de Textos, Oralidade e Análise Linguística/Semiótica, por meio do contato com novos gêneros, textos multimodais, multissemióticos e multimidiáticos, perpassando pelos eixos investigação científica, processos criativos, mediação e intervenção sociocultural e empreendedorismo. Os estudantes terão contato com temas contemporâneos relevantes para o desenvolvimento de sua capacidade de argumentação, bem como assumirão papéis sociais diversos e produzirão textos em variados gêneros, com foco no comportamento ético e nas relações de consumo sustentáveis. Este componente propõe a problematização de estratégias publicitárias, a fim de contribuir para a formação do estudante como um consumidor consciente, que não se deixa influenciar facilmente, questionando os discursos da propaganda, presentes em todas as esferas da nossa sociedade.

Objetos de conhecimento: Planejamento, produção e edição de textos multissemióticos (anúncios publicitários, campanhas, vídeo-minuto, *podcasts*); Análise do contexto de produção, circulação e recepção de textos e de atos de linguagem diversos, em especial, da cultura audiovisual; Recursos linguísticos e multissemióticos e efeitos de sentido.

OBS.: Ao longo das atividades propostas no componente, serão sugeridas habilidades específicas de Língua Portuguesa, que dialogam com as habilidades da área de Linguagens e dos eixos estruturantes, a serem mobilizadas com os estudantes.

Competências e Habilidades da Formação Geral Básica a serem aprofundadas: Competências 1, 3 e 7.

EM13LGG102	Analisar visões de mundo, conflitos de interesse, preconceitos e ideologias presentes nos discursos veiculados nas diferentes mídias, ampliando suas possibilidades de explicação, interpretação e intervenção crítica da/na realidade.
EM13LGG304	Formular propostas, intervir e tomar decisões que levem em conta o bem comum e os Direitos Humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global.

VERSÃO PRELIMINAR

EM13LGG703	Utilizar diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais em processos de produção coletiva, colaborativa e projetos autorais em ambientes digitais**.**
EM13LGG702	Avaliar o impacto das tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) na formação do sujeito e em suas práticas sociais, para fazer uso crítico dessa mídia em práticas de seleção, compreensão e produção de discursos em ambiente digital.

Eixos Estruturantes e suas Competências e Habilidades: Investigação Científica, Processos Criativos, Mediação e Intervenção Sociocultural e Empreendedorismo.

EMIFCG01	Identificar, selecionar, processar e analisar dados, fatos e evidências com curiosidade, atenção, criticidade e ética, inclusive utilizando o apoio de tecnologias digitais.
EMIFLGG01	Investigar e analisar a organização, o funcionamento e/ou os efeitos de sentido de enunciados e discursos materializados nas diversas línguas e linguagens (imagens estáticas e em movimento; música; linguagens corporais e do movimento, entre outras), situando-os no contexto de um ou mais campos de atuação social e considerando dados e informações disponíveis em diferentes mídias.
EMIFCG05	Questionar, modificar e adaptar ideias existentes e criar propostas, obras ou soluções criativas, originais ou inovadoras, avaliando e assumindo riscos para lidar com as incertezas e colocá-las em prática.
EMIFLGG05	Selecionar e mobilizar intencionalmente, em um ou mais campos de atuação social, recursos criativos de diferentes línguas e linguagens (imagens estáticas e em movimento; música; linguagens corporais e do movimento, entre outras), para participar de projetos e/ou processos criativos.
EMIFCG09	Participar ativamente da proposição, implementação e avaliação de solução para problemas socioculturais e/ou ambientais em nível local, regional, nacional e/ou global, corresponsabilizando-se pela realização de ações e projetos voltados ao bem comum.
EMIFLGG09	Propor e testar estratégias de mediação e intervenção sociocultural e ambiental, selecionando adequadamente elementos das diferentes linguagens.
EMIFCG10	Reconhecer e utilizar qualidades e fragilidades pessoais com confiança para superar desafios e alcançar objetivos pessoais e profissionais, agindo de forma proativa e empreendedora e perseverando em situações de estresse, frustração, fracasso e adversidade.
EMIFLGG10	Avaliar como oportunidades, conhecimentos e recursos relacionados às várias linguagens podem ser utilizados na concretização de projetos pessoais ou produtivos, considerando as diversas tecnologias disponíveis e os impactos socioambientais.

Professor, os Eixos Estruturantes em maior evidência de cada atividade serão indicados pelos ícones a seguir. Apesar da indicação no início das Atividades, pode haver propostas que desenvolvam mais de um Eixo.

 Investigação Científica

 Processos Criativos

 Empreendedorismo

 Mediação e Intervenção Sociocultural

VERSÃO PRELIMINAR

Atividade 1

Introdução 

Semana 1: 4 aulas

Professor, discuta com os estudantes as expectativas de aprendizagem no componente a fim de que estabeleçam relações com o que vivenciarem nas práticas dos demais. Informe-os que, na Atividade 4 produzirão um vídeo publicitário de conscientização do comportamento consumidor. Já na Atividade 5, elaborarão um canal de *podcast* com episódios que reúnam as discussões realizadas neste e nos demais componentes. Para dar início ao trabalho, é importante gerar uma discussão com eles sobre as práticas de linguagem, retomando os campos de atuação, com foco nas especificidades e intencionalidades do campo jornalístico-midiático apresentadas na Formação Geral Básica:

> O **campo jornalístico-midiático** refere-se aos discursos/textos da mídia informativa (impressa, televisiva, radiofônica e digital) e ao discurso publicitário. Sua exploração permite construir uma consciência crítica e seletiva em relação à produção e circulação de informações, posicionamentos e induções ao consumo.
>
> SÃO PAULO. Secretaria da Educação. **Currículo Paulista do Ensino Médio**. São Paulo: SEE, 2020. Disponível em: https://cutt.ly/TTr6d2Z. Acesso em: 22 nov. 2022 .p. 51.

Sugerimos que inicie as discussões realizando uma roda de conversa sobre os hábitos de consumo dos estudantes. É importante que eles observem como são influenciados pela publicidade, por meio de ações e campanhas publicitárias, e de que forma isso pode direcionar as escolhas que são feitas por eles e por seus familiares com relação à compra de bens duráveis e de consumo. Muitos jovens ainda não participam das decisões familiares relacionadas às questões financeiras

por ainda não estarem inseridos no mercado de trabalho. Interessante levantar essa questão com eles, ou seja, refletir sobre como ocorre a participação nas escolhas familiares relacionadas aos gastos de acordo com a renda da casa.

Peça que tomem nota durante a roda de conversa, iniciando com os seguintes questionamentos: ***Ao acessar suas redes sociais, ao rolar o feed, quais produtos ou serviços são apresentados a você? Você se considera público-alvo deles? Você já teve vontade de comprar algo depois que viu uma propaganda nessa rede social?*** Sugerimos outros questionamentos que você pode propor a eles:

- ✓ Ao adquirir itens pessoais, você procura atender seus gostos pessoais ou se sente induzido a atender padrões impostos socialmente?
- ✓ Ao adquirir um produto, o que importa mais, o preço ou a qualidade?
- ✓ Você considera, como consumidor, a relação custo-benefício? Ou seja, o preço a pagar compensa o que o produto adquirido tem a oferecer?
- ✓ Você consome por compulsão ou só quando é realmente necessário?
- ✓ Os *influencers* que você segue ou admira têm impacto nas suas escolhas relacionadas ao consumo?
- ✓ Você se preocupa em adquirir produtos de empresas e instituições que disseminam ideias sustentáveis?

Para esse diálogo e troca iniciais, você pode utilizar com eles a metodologia do *World* Café.

Após essas discussões, exiba o vídeo, a seguir, para refletir sobre como as escolhas de produtos repercutem na vida pessoal e na coletiva. O vídeo aborda as estratégias de manipulação utilizadas por muitas empresas e que impactam nas escolhas feitas para a aquisição de produtos. Peça aos estudantes que anotem o quanto se reconhecem nas observações realizadas.

- ➔ **As marcas te manipulam**. Disponível em: https://cutt.ly/TI53H9c. Acesso em: 28 nov. 2022.

É importante decidir com os estudantes como farão os registros das atividades e dos materiais que construirão ao longo do componente. A sugestão é a elaboração de um processofólio virtual, que funcionará como um repositório. A ideia é que além das anotações individuais, haja um local para os registros da turma.

SAIBA MAIS

Sugerimos um repositório virtual que você pode utilizar com os estudantes e um *site* que traz um detalhamento da metodologia do *World* Café.

VERSÃO PRELIMINAR

Sugestão de repositório.
Disponível em: https://cutt.ly/dPPJoIu. Acesso em: 22 nov. 2022.

***World Café:* a metodologia para gerar conversas relevantes**.
Disponível em: https://cutt.ly/cPPJRoT. Acesso em: 28 nov. 2022.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

No componente 2, *Cultura de consumo*, os estudantes estão refletindo sobre seus hábitos de consumo, além de compreenderem a diferença entre "bens de consumo" e "bens de serviço". Identificar os diferentes tipos de consumo possibilita uma reflexão mais aprofundada dos estudantes acerca de seus hábitos de consumo. Dialogue com o professor responsável pelo componente para que possam realizar abordagens complementares.

Desenvolvimento

Semanas 2 e 3: 8 aulas

Os estudantes, ao longo de sua formação, tiveram contato com textos publicitários, com o universo da propaganda e do *marketing*. A proposta é que elaborem um vídeo publicitário na Atividade 4 e um canal de *podcast* na Atividade 5, como produto final. Para tanto, deverão passar por atividades nas quais as etapas que envolvem tais produções sejam contempladas.

Sugerimos solicitar a eles, inicialmente, que façam uma curadoria a partir da seguinte questão norteadora: **Como os jovens são sugestionados para o consumo?** Você pode indicar a eles alguns *sites* para que possam realizar suas pesquisas.

O que é consumismo. Disponível em: https://cutt.ly/II0AmvZ. Acesso em: 28 nov. 2022.

Os novos consumidores brasileiros. **Hábitos de compra e consumo dos jovens entre 16 e 22 anos.** Disponível em: https://cutt.ly/8I0FOI9. Acesso em: 28 nov. 2022.

Você pode indicar outras fontes de pesquisa e incentivá-los a buscar o maior número possível de fontes confiáveis para que tenham uma boa base de dados para subsidiá-los na realização das atividades sugeridas no componente.

Após essa curadoria, solicite a eles que se posicionem como produtores de conteúdo, *influencers* que pretendem convencer outros jovens a consumir / adquirir

VERSÃO PRELIMINAR

determinados produtos ou serviços. Isso irá auxiliá-los na realização das atividades ao longo do componente. A curadoria realizada os auxiliará a entender melhor como funcionam as questões relacionadas ao consumo consciente e ao consumismo sem critérios, que pode ser danoso, não só ao consumidor, mas para a sociedade de forma generalizada.

Solicite que façam um levantamento dos hábitos de consumo da escola e comunidade em que vivem. Eles podem elencar tópicos, não só relacionados ao consumo específico de itens, mas também da quantidade de tempo que consomem em determinadas atividades, como com o uso do celular, as redes sociais que mais acessam, se consideram-se muito ou pouco influenciados pelas propagandas que recebem ou pelos *influencers* que seguem, que sonhos possuem (na perspectiva de identificar se estão relacionados diretamente ao consumo) etc.

Oriente-os a fazerem um recorte de perfis, como faixa de idade, gênero (em quantidade aproximada), nível de escolaridade etc., pois os resultados podem ser apresentados a partir desses recortes, verificando se apresentam diferenças relevantes.

Uma boa ferramenta virtual para a coleta de dados são os formulários *online*, preferencialmente habilitando respostas de múltipla escolha para sistematização mais rápida e eficaz dos dados coletados. O *link* da pesquisa pode ser enviado por aplicativo de mensagens instantâneas, agilizando o compartilhamento do formulário criado e o alcance da pesquisa. Caso não seja possível, podem ser elaborados em forma de planilha em algum computador e copiados. O importante é compreender o comportamento dos jovens da comunidade onde os estudantes estão inseridos para compará-los com os dados da curadoria previamente realizada e pensar em abordagens temáticas, produções e reflexões mais assertivas.

VERSÃO PRELIMINAR

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Na Atividade 2, do Componente 2, *Cultura de consumo*, os estudantes também realizarão um levantamento sobre hábitos de consumo, no entanto, refletindo mais sobre o consumo consciente e sustentável. Verifique com eles, e com o professor do componente, a possibilidade de utilizar algumas questões no formulário que será preenchido pela comunidade.

SAIBA MAIS

Como usar o Google Forms [Guia para iniciantes]. Disponível em: https://cutt.ly/w1vsFIT**.** Acesso em: 28 nov. 2022.

Google Forms Como Usar - TUTORIAL COMPLETO Para Criar Formulário Google (NOVA VERSÃO 2022). Disponível em: https://cutt.ly/N1vsNX5. Acesso em: 28 nov. 2022.

Sistematização

Semana 4: 4 aulas

Sugerimos propor aos estudantes que elaborem uma mesa redonda sobre hábitos de consumo. Mesas redondas são eventos nos quais um moderador passa a palavra para outros participantes para discutirem um assunto. A ideia é que troquem as informações que levantaram e compartilhem os registros efetuados a partir da curadoria realizada e das pesquisas, retomando, para as discussões, a questão proposta: **Como os jovens são sugestionados para o consumo?**

Ao final das discussões os estudantes podem elaborar um mapa mental, registrando os perfis de consumo da sociedade em geral e da comunidade pesquisada, para começar a traçar um direcionamento para o vídeo publicitário e os *podcasts*.

SAIBA MAIS

A indicação a seguir pode auxiliar seu trabalho com os estudantes na ampliação das possibilidades de organização da mesa redonda sobre hábitos de consumo.

Mesa redonda estimula argumentação colaborativa dos alunos. Disponível em: https://cutt.ly/7RP9VsR. Acesso em: 16 dez. 2021.

AVALIAÇÃO

O trabalho desenvolvido na atividade, especialmente a atuação dos estudantes na mesa redonda sobre hábitos de consumo, potencializa o desenvolvimento da habilidade EM13LGG304, bem como da habilidade de LP EM13LP45.

Atividade 2

Introdução

Semana 5: 4 aulas

Professor, na atividade anterior, os estudantes conversaram sobre hábitos e práticas de consumo. Tiveram contato com *sites* que trazem dados e informações sobre o assunto. Agora propomos que você trabalhe a partir da seguinte questão norteadora: **Quais são os limites éticos nas estratégias utilizadas para convencer alguém a adquirir um produto?**

Para tanto, é interessante discutir com eles o conceito de *marketing*, considerando que é fundamental que compreendam como são construídas as relações de consumo. Para início da conversa, sugerimos que exiba o vídeo a seguir, pedindo que tomem notas a partir dos conceitos exemplificados.

- ➔ **O que é *MARKETING* || Conceitos e Definições**. Disponível em: https://cutt.ly/fI6p3ab. Acesso em: 13 dez. 2021.

No intuito de garantir que as relações éticas sejam respeitadas no universo do *marketing*, existe um órgão governamental, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), que através de acompanhamento e ações regulatórias, procura inibir abusos que possam ser ofensivos a grupos e instituições. Há órgãos similares em outros países, criados com o mesmo objetivo.

Para iniciar as discussões sobre a questão norteadora, sugerimos apresentar aos estudantes a proposta de Redação do ENEM de 2014, cujo tema foi "Publicidade infantil em questão no Brasil". Ressalte a eles a importância de desenvolver um repertório amplo que auxilie na elaboração de produções como as solicitadas em processos de acesso ao Ensino Superior

Indicamos *links* que podem subsidiá-lo nessas discussões.

- ➔ **Publicidade infantil em questão no Brasil**. Disponível em: https://cutt.ly/fBrqBvQ. Acesso em: 28 nov. 2022.

- ➔ **ENEM provas de 2014**. Disponível em: https://cutt.ly/M1vbnLY. Acesso em: 28 nov out. 2022.

Discuta com os estudantes quais são os limites éticos no que se refere à criação de uma peça publicitária, retomando a questão norteadora.
Sugerimos procurar vídeos que tragam propagandas que hoje são consideradas inviáveis por não dialogarem com questões éticas atuais e discuti-los com a turma. A proposta é refletir com eles sobre os limites éticos a serem considerados ao se elaborar propagandas para produtos de qualquer espécie.

VERSÃO PRELIMINAR

SAIBA MAIS

Indicamos um *link* que pode subsidiá-lo no planejamento da atividade em sala de aula.

Conar: entenda o que é e como funciona.
Disponível em: https://cutt.ly/nI6zsXN. Acesso em: 28 nov. 2022.

Desenvolvimento

Semanas 6 e 7: 8 aulas

Para uma atividade prática, sugerimos que iniciem desenvolvendo aspectos da oralidade. Os estudantes deverão organizar-se, preferencialmente em duplas, para elaborar uma apresentação no estilo *pitch* de elevador, sobre um produto que seja muito consumido, ou desejado, pelos jovens. A ideia é enfatizar as estratégias de argumentação.

Sugerimos que realizem uma curadoria sobre produtos muito consumidos pelos jovens e os impactos negativos que trazem. A partir da curadoria realizada, e das discussões ocorridas após assistirem aos vídeos propostos, os estudantes devem escolher um produto, cujo uso possa gerar problemas que afetem a saúde física e/ou mental, provocar desdobramentos financeiros, como endividamento, caso consumido em excesso etc. Eles devem buscar construir uma argumentação sólida procurando convencer os colegas a **NÃO** adquirirem ou consumirem tal produto. A ideia é a criação de um *pitch* de elevador reverso, ou seja, no qual precisam salientar porque os jovens **não deveriam consumir** certos produtos.

Os estudantes devem ser confrontados com os hábitos de consumo dos jovens da idade deles, refletir sobre as escolhas que fazem ao escolher determinadas marcas e produtos. Na curadoria, enfatize a atenção para algumas questões, tais como: **O produto traz danos ao meio ambiente? Pode repercutir de forma negativa na saúde, seja ela física ou mental? Pode gerar endividamentos nocivos à saúde financeira da família?**

A apresentação do *pitch* é curta, por isso os estudantes precisam planejar a execução, elaborando um pequeno roteiro de como a apresentação vai ocorrer. Sugerimos algumas rubricas para discutir com eles:

- ✓ O grupo irá organizar uma apresentação utilizando *slides* ou usará apenas a oralidade sem outros apoios?
- ✓ Apenas uma pessoa representará o grupo, ou a dupla, ou todos participarão da apresentação?
- ✓ Que tipo de produto o grupo irá apresentar?

VERSÃO PRELIMINAR

Levante com eles outras questões que julgar pertinente considerar. Saliente a necessidade de se posicionarem de forma ética e responsável. A ideia é que despertem, ao elaborarem os *pitches*, um posicionamento crítico e cidadão ao elencarem o que há de negativo em certas escolhas de consumo, e os impactos que elas trazem para o coletivo, além das questões pessoais envolvidas.

SAIBA MAIS

Professor, as indicações a seguir podem auxiliar seu trabalho com os estudantes na ampliação das possibilidades de organização do *pitch*.

***Pitch* - Na prática!**
Disponível em: https://cutt.ly/YI6xLWM. Acesso em: 28 nov. 2022.

Sistematização

Semana 8: 4 aulas

Após a escrita do roteiro, os estudantes devem efetuar suas apresentações. Seria interessante levantar quais foram os aspectos considerados no *pitch* que realizaram, para efetuarem uma reflexão a partir daquilo que considerarem pertinente retomar.

Alguns questionamentos a serem propostos para a turma: **Houve uma breve contextualização sobre o produto? O conteúdo e as intencionalidades usadas para o convencimento são apresentados de forma crítica, considerando os aspectos estéticos e éticos? Os meios e recursos utilizados pelo fabricante para persuadir o consumidor são descritos, ainda que sucintamente? O perfil dos consumidores a quem possa interessar o produto foram apresentados no *pitch*?**

Esses questionamentos irão auxiliá-los na atividade seguinte.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

No Componente 2, Cultura e consumo, os estudantes vêm refletindo acerca do consumo consciente e sustentável. Esse estudo possibilita um olhar sobre como o *marketing* pode, em alguns casos, camuflar os malefícios de determinado produto, no intuito de vendê-lo. O *pitch* pode, justamente, proporcionar a desconstrução da imagem de produtos que causam danos à saúde, sociedade e/ou meio ambiente.

AVALIAÇÃO

VERSÃO PRELIMI

As práticas de oralidade enquadram-se na concepção de textos multissemióticos, considerando a variada gama de construções possíveis, em gêneros nos quais a voz do estudante seja respeitada, de forma protagonista e reflexiva. A realização do *pitch* potencializa o desenvolvimento das habilidades EM13LP01 e EM13LP25.

Atividade 3

Introdução

Semana 9: 4 aulas

Com o crescimento constante das interações *on-line*, um termo que vem ganhando evidência são os chamados *advertisings* (que aparecem regularmente também em sua forma abreviada *ads)*, que em português pode ser traduzido como propagandas. Ou seja, são os métodos que determinadas marcas escolhem para divulgar seus serviços ou produtos, assim como para fortalecer e, muitas vezes, impor sua marca e a cultura institucional que defendem. Em ambiente digital, pode auxiliar a potencializar as vendas, com o aumento dos chamados *leads* (os contatos que são proporcionados através do *advertising*).

Muitos estudantes estão inseridos na cultura *gamer* e, ao jogar, são submetidos a anúncios e propagandas que podem aparecer durante o percurso do jogo, as chamadas *in game advertising*. Ou mesmo estarem habituados a jogos criados especificamente para divulgar uma marca, os chamados *advergames*.

É muito comum, quando efetuamos algum tipo de pesquisa em ambiente *on-line*, nos depararmos com *links* que aparecem em destaque nos resultados exibidos, assim como, assistindo a um vídeo em algum *site* de compartilhamento, visualizamos anúncios antes e/ou durante sua exibição. Mesmo quando acessamos alguma página, é comum a presença de *banners* com propagandas variadas.

Converse com os estudantes sobre a percepção do quanto (e como) esses tipos de anúncios influenciam em suas escolhas.

Sugerimos a exibição do vídeo a seguir, que faz um breve histórico de como as marcas se apropriaram dos *games* para vender produtos.

***Advergames* - Jogos Feitos Para Vender Hambúrguer e Refrigerantes. Uma Breve História.** Disponível em: https://cutt.ly/0V57e5S. Acesso em: 28 nov. 2022.

SAIBA MAIS

VERSÃO PRELIMINAR

Professor, as indicações a seguir podem auxiliar o desenvolvimento da atividade em sala de aula.

A efetividade das estratégias de *advergaming*: um estudo experimental comparando *advergames* e *in-game advertisings*. Disponível em: https://cutt.ly/0OqkXts. Acesso em: 28 nov. 2022.

O que é o *Google Ads*? Aprenda tudo sobre essa ferramenta agora! Disponível em: https://cutt.ly/4Oqk7OB.Acesso em: 28 nov. 2022.

Desenvolvimento

Semanas 10 e 11: 8 aulas

Professor, existem muitos *sites* e canais na *internet* destinados a debater questões relacionadas ao consumo. Sugerimos que os estudantes retomem o *pitch* elaborado e agora o adaptem para o formato *podcast*, ampliando as informações utilizadas inicialmente e buscando trazer mais elementos que discutam o poder de influência das marcas ao induzir o consumidor a adquirir determinados produtos. Além disso, esse pode ser o primeiro episódio para o canal de *podcast* que será produzido com as reflexões geradas nos demais componentes da Unidade Curricular.

Indicamos alguns *sites* que poderão auxiliá-los a ampliarem seu repertório sobre práticas e hábitos de consumo. No *podcast*, a ideia é discutir como os hábitos de consumo dos jovens podem impactar suas trajetórias de vida.

- **Consumo consciente**. Disponível em: https://cutt.ly/8OqzhYO. Acesso em: 28 nov. 2022.

- **"Internet das coisas muda o paradigma de consumo", diz engenheira**. Disponível em: https://cutt.ly/eOqzWrs. Acesso em: 16 dez. 2021.

Solicite a retomada das discussões realizadas na atividade anterior, para organizarem de que forma pretendem elaborar o *podcast*. Lembre-os que o *podcast* também é um produto. Incentive-os a buscar estratégias para tornar a audição mais agradável, buscando utilizar recursos sonoros, como vinhetas criativas, por exemplo, e formas de divulgação que despertem interesse no potencial público-alvo.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

VERSÃO PRELIMINAR

No Componente 4, *Efeitos, trilhas e estratégias sonoras*, os estudantes estão produzindo efeitos sonoros. Sugira que eles utilizem algum elemento criado nas atividades nos *podcasts* ou criem um novo, pensando na intencionalidade da produção.

SAIBA MAIS

Professor, os estudantes são convidados a produzir podcast desde o Ensino Fundamental, mas caso considere pertinente, indicamos um site com um tutorial.

Como fazer um *podcast* do zero: tutorial completo.
Disponível em: https://cutt.ly/TTrENs0. Acesso em: 29 nov. 2022.

Sistematização

Semana 12: 4 aulas

Após a gravação do *podcast*, verifique com os estudantes a melhor forma de divulgarem suas produções na comunidade. A ideia é que compartilhem primeiro com a turma e depois decidam qual a melhor maneira de divulgar suas criações. Eles podem elaborar *memes*, *gifs* ou *posts* para divulgar o *podcast* que criarem.

AVALIAÇÃO

A atividade potencializa o desenvolvimento das habilidades EM13LP44A e EM13LP45, uma vez que analisa formas contemporâneas de publicidade, como os *advertising* e *advergames*, além de produzir e socializar temas e acontecimentos de interesse local ou global em *podcasts, memes* etc.

Atividade 4

Introdução

Semana 13: 4 aulas

Nesta atividade, os estudantes devem se preocupar com o projeto do vídeo que irão elaborar. As etapas, apesar de curtas, são fundamentais no processo de escrita para garantir a qualidade e intencionalidade do vídeo publicitário desenvolvido. Sugira que os vídeos sejam de dois a quatro minutos, no máximo.

A criação de *short* vídeos utilizando aplicativos é muito comum. Sendo assim, os estudantes poderão partir dessa bagagem para realizar uma produção mais

reflexiva sobre a linguagem do audiovisual, fazendo escolhas com intencionalidade, considerando os efeitos de sentido pretendidos. A maioria dos estudantes está inserida no universo multimidiático, na imersão em redes sociais, principalmente considerando o uso de celulares. Isso possibilita que eles saiam de uma posição de consumidores passivos de conteúdos, para produtores efetivamente.

Para esse momento, é importante possibilitar momentos para que reflitam sobre como irão comunicar suas descobertas de forma a atingir seu público, sem perder a qualidade de suas pesquisas. Discuta com eles como a comunicação efetiva ocorre, como a linguagem utilizada contribui para tornar os vídeos mais atrativos e como o uso de elementos da cultura pop tornam o momento de apreciação mais significativo.

Retome com os estudantes que a temática da conscientização sobre hábitos de consumo como proposta para a elaboração dos vídeos deve norteá-los nas escolhas que farão, pois a intenção é que suscitem impactos significativos na comunidade na qual estão inseridos.

Após decidirem sobre qual tema/produto irão desenvolver nos seus vídeos, as duplas ou grupos deverão elaborar uma **sinopse**, que é uma descrição sintética e objetiva do vídeo, provocando no leitor o desejo de assisti-lo. Os estudantes devem ser desafiados a buscar as melhores formas de descreverem o que pretendem apresentar.

Depois da escrita da sinopse, eles devem elaborar o **argumento**. Na linguagem do audiovisual, argumento é o nome dado ao texto que traz informações mais detalhadas sobre a produção. Algumas questões estruturais/técnicas podem auxiliar na escrita, tais como: **As análises efetuadas serão apresentadas de que forma? Onde serão feitas as filmagens, haverá narração? Haverá o uso de cenas de anúncios publicitários? Como será o tratamento sonoro?** Dentre outras que você considerar pertinentes. A ideia é que, ao ler o argumento, tenhamos clareza de como será a apresentação do vídeo.

VERSÃO PRELIMINAR

SAIBA MAIS

Caso considere relevante, exiba ou encaminhe o vídeo, a seguir, para discussão sobre os hábitos de consumo dos jovens.
Mídias digitais influenciam hábitos de consumo dos jovens. Disponível em: https://cutt.ly/FPPMsjf. Acesso em: 28 nov. 2022.

SINOPSE. *In:* SIGNIFICADOS. Disponível em: https://cutt.ly/H0es2Y4. Acesso em: 08 dez. 2022.

Argumento: quando a história começa a tomar forma. Disponível em: https://cutt.ly/G0esBY1. Acesso em: 08 dez. 2022.

Desenvolvimento

Semanas 14 e 15: 8 aulas

Nas próximas 2 aulas, os estudantes deverão elaborar o **roteiro** de seus vídeos e ajustá-los. Ou seja, devem organizar as imagens em cenas e sons na construção do vídeo, de acordo com as ideias que foram concebidas e apresentadas no argumento. Esse é o momento de os estudantes pensarem no objetivo de cada cena que desejam criar para compor seus vídeos. Alguns questionamentos podem orientar as reflexões e escolhas do grupo, tais como: **Como será a introdução, haverá uma vinheta de abertura? Como será a trilha sonora? Quais sensações podemos provocar no espectador com as escolhas feitas para a trilha sonora? O vídeo trará trechos falados em outro idioma? Haverá intérprete de LIBRAS? Será utilizado algum efeito especial? Como o vídeo terminará?**

Para discutir com os estudantes estratégias que são utilizadas para despertar questões afetivas em seus consumidores, sugerimos que exiba o vídeo de uma famosa loja de departamentos inglesa que recebeu muitos prêmios internacionais. A propaganda utiliza a trajetória de vida do cantor Elton John, em estilo retrospectiva. Comente com eles que não há efetivamente o anúncio de produtos, mas, ao apelar para uma figura mundialmente conhecida, com uma canção muito popular, resgatando sua vida, cria-se uma ideia de "pertencimento" ao cotidiano das pessoas. O *slogan* da campanha *Some gifts are more than just a gift* pode ser traduzido como "Alguns presentes são mais do que simples presentes". Converse com os estudantes sobre as impressões que o vídeo desperta neles. Você pode selecionar outras propagandas famosas e/ou premiadas internacionalmente para apresentar e discutir com eles.

John Lewis & Partners - The Boy and the Piano. Disponível em: https://cutt.ly/sPP9soS. Acesso em: 28 nov. 2022.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

No Componente 4, *Efeitos, trilhas e estratégias sonoras*, os estudantes estão identificando como as campanhas publicitárias podem resgatar a memória afetiva, a partir de seus elementos sonoros. Um alinhamento com o professor responsável pelo componente pode enriquecer a discussão com os estudantes.

SAIBA MAIS

Professor, indicamos alguns *sites* que trazem informações que podem auxiliá-lo no planejamento de suas ações em sala de aula.

VERSÃO PRELIMINAR

7 dicas para criar roteiros e bons vídeos para o *youtube*.
Disponível em: https://cutt.ly/zOqvoFa. Acesso em: 28 nov. 2022.

Aprenda como criar um roteiro de vídeo sem complicações!
Disponível em: https://cutt.ly/oTrYwVd. Acesso em: 28 nov. 2022.

Promova uma roda de leitura dos roteiros produzidos pela turma. A ideia é que todos tomem conhecimento das escolhas dos colegas. Peça que façam tomada de notas das impressões que tiveram das produções, compartilhando-as. Após essa sessão de trocas, eles podem retomar seus roteiros para verificar se consideram necessária a realização de algum ajuste.

Os estudantes deverão produzir, nas seis próximas aulas, seus vídeos, mobilizando-se da melhor forma para que possam filmar e editar suas produções.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Todos os componentes realizaram atividades que propuseram discussões acerca do consumo nas mais variadas perspectivas, como: o consumo consciente e sustentável, as estratégias de marketing, o marketing esportivo e o poder persuasivo dos efeitos sonoros, *jingles* e músicas. Essas reflexões podem colaborar para os direcionamentos do vídeo publicitário a ser organizado. Peça que se organizem, distribuam tarefas e foquem em oferecer à comunidade discussões relevantes sobre a necessidade da prática do consumo consciente reflexivo e cidadão.

Professor, os estudantes precisam efetivamente realizar as gravações de seus vídeos e editá-los, o que requer planejamento das etapas. Eles precisam agendá-las e realizar a checagem dos materiais necessários. Para tanto, sugerimos verificar os materiais que a escola pode disponibilizar para o processo de edição. Algumas considerações importantes a fazer: **As gravações serão todas feitas utilizando celulares? A edição será por meio de aplicativos ou em uma ilha de edição? Como a turma irá se organizar na utilização dos espaços para as gravações?**

Sugere-se recomendar aos estudantes que registrem todo o processo, com os acertos e inconsistências observados, para que possam verificar como o planejamento feito por eles foi desenvolvido no processo.

Sugerimos a exibição do vídeo, a seguir, que, de forma muito didática, exemplifica as etapas de organização de uma campanha publicitária. Embora eles estejam elaborando apenas um vídeo publicitário e não uma campanha, a intencionalidade

é a mesma: vender uma ideia e persuadir o espectador com objetividade e uma mensagem convincente.

➔ **Peças e campanhas publicitárias**. Disponível em: https://cutt.ly/TOqbwlF. Acesso em: 28 nov. 2022.

É importante que os estudantes mobilizem as produções elaboradas em todos os componentes desta Unidade Curricular para produzirem os vídeos de conscientização sobre hábitos de consumo que impacte significativamente a comunidade na qual estão inseridos.

SAIBA MAIS

No material da Olimpíada de Língua Portuguesa, caderno Documentário, Blocos 3 e 4 disponíveis a partir da página 94, há uma série de sugestões de como efetuar filmagens utilizando celulares, além de oficinas de produção e pós-produção. Você pode adaptá-las para as atividades a serem realizadas com os estudantes no processo de produção dos vídeos.

Olimpíada de Língua Portuguesa. Olhar em movimento: cenas de tantos lugares. Caderno Documentário.
Disponível em: https://cutt.ly/9TrYl8S. Acesso em: 28 nov. 2022.

Sistematização

Semana 16: 4 aulas

As aulas deste momento final da Atividade devem ser utilizadas para os ajustes, a organização e efetiva realização do vídeo publicitário. A forma como ele será compartilhado deve ser pensada, pois o intuito é impactar a comunidade no entorno escolar e o público em geral que tenha contato com a produção. Solicite que os estudantes retomem os registros efetuados e que façam uma autoavaliação de todo o percurso realizado.

AVALIAÇÃO

Os processos de produção escrita dos roteiros e/ou argumentos nesta atividade possibilitam o desenvolvimento da habilidade EM13LP17.

VERSÃO PRELIMINAR

Atividade 5

Introdução

Semana 17: 4 aulas

Após a criação do vídeo publicitário de conscientização sobre o consumo, baseado nas temáticas desenvolvidas pelos componentes deste Aprofundamento, chegou a hora de os estudantes criarem um canal de *podcast*, o qual será formado por episódios que abordarão, em cada um, as reflexões geradas durante as aulas de cada componente. O *podcast* também deve servir como um canal de divulgação do vídeo publicitário produzido.

Como primeiro episódio, pode ser postado o conteúdo criado para a Atividade 3 deste Componente, que discutiu como os hábitos de consumo dos jovens podem impactar suas trajetórias de vida, a partir da influência que algumas marcas possuem ao induzi-los a adquirirem determinados produtos. Essa, por ser uma discussão mais abrangente sobre o comportamento consumidor nas redes, pode ser uma introdução para as temáticas mais específicas abordadas nos demais componentes.

Os estudantes devem se reunir em grupos e discutir as anotações que fizeram, durante as atividades, nos processofólios ou qualquer outro documento de registro. Além disso, precisam ajustar os formatos dos *podcasts*, a plataforma escolhida, os papéis que cada um desempenhará nas produções, o tempo de cada episódio, as temáticas mais relevantes por componente, o nome do canal, dos episódios, se o canal terá uma trilha ou um *jingle*, quais efeitos sonoros serão utilizados etc.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor, uma vez que o canal de *podcast* será construído a partir de conteúdos elaborados nos demais componentes, sugerimos potencializar a integração com os professores do Aprofundamento, em especial, com o responsável pelo Componente 2, *Cultura de Consumo* pois, na Atividade 5, são apresentadas orientações complementares para o planejamento e elaboração do canal.

Desenvolvimento

Semanas 18 e 19: 8 aulas

Durante o desenvolvimento ou ajuste dos *podcasts,* dê alternativas de espaços na escola para os estudantes estudarem e produzirem seus conteúdos. Acompanhe-os e dê suporte às produções, sempre orientando para que fiquem atentos à clareza na abordagem dos temas, à linguagem utilizada e às intencionalidades.

VERSÃO PRELIMINAR

A proposta da produção não é relatar o trabalho realizado nos componentes, mas trazer informações a partir do que foi apreendido e debatido durante as aulas. O que deve ser exposto é o aprendizado dos estudantes, aquilo que teve relevância para eles, se desenvolveram um novo olhar sobre o consumo e como podem estimular outras pessoas a repensarem seus comportamentos consumistas de forma mais crítica e consciente.

Sistematização

Semana 20: 4 aulas

Esse é o momento das finalizações dos episódios do *podcast*, edição do canal e apreciação por parte da turma. Sugerimos uma mesa redonda, na qual os estudantes ouçam todos os episódios e reflitam sobre os conteúdos produzidos e se as intencionalidades previstas foram alcançadas.

Após as produções serem finalizadas e apreciadas, seus conteúdos precisam ser divulgados e compartilhados. O canal de *podcast* pode ser divulgado pelas redes sociais dos estudantes e da escola, além de seus aplicativos de mensagens instantâneas.

AVALIAÇÃO

A avaliação deve ser processual e privilegiar as pesquisas, os registros, os debates e as interações nos grupos e entre os grupos. Você observou o protagonismo dos estudantes: ao discutir ao organizarem a apresentação em formato *pitch*, ao estabelecer relações entre seus hábitos de consumo e a forma como a mídia induz/manipula o consumo, na elaboração e sistematização dos vídeos e *podcasts*, em diálogo com os demais componentes. Toda essa jornada potencializou o desenvolvimento das habilidades específicas de LP EM13LP01, EM13LP17, EM13LP25, EM13LP44A e EM13LP45, além das habilidades da área elencadas.
Dê *feedbacks* aos estudantes sobre a evolução deles durante todo o processo, evidenciando como compreenderam e utilizaram as diferentes linguagens, observando os contextos de uso, considerando as dimensões técnicas, críticas, criativas, éticas e estéticas envolvidas e expandindo as formas de produzir sentidos, ampliando suas possibilidades de explicação, interpretação e intervenção crítica da/na realidade, sobretudo no universo midiático. Peça também para que se autoavaliem em relação aos papéis que desempenharam, que reflitam sobre suas participações nos grupos, sobre autonomia, colaboração, gestão do tempo etc.

Cultura de consumo

Introdução

Duração: 30 horas

Aulas semanais: 2

Quais professores podem ministrar este componente: Língua Inglesa ou Língua Portuguesa ou Arte.

Informações gerais:

Professor, neste componente, os estudantes irão investigar, refletir e discutir a respeito das formas como as diferentes culturas influenciam nos hábitos de consumo de sociedades e comunidades ao redor do mundo. Nesse percurso, espera-se que eles ampliem seus conhecimentos a respeito dos impactos que determinados tipos de produção e consumo de bens e serviços podem gerar ao meio ambiente, assim como construam repertório acerca de ações e atividades em diferentes lugares que permitam-lhe ter um olhar mais crítico e consciente sobre o consumo, de maneira mais ampla.

Objetos de conhecimento: Curadoria de informação (investigação da relação entre cultura e práticas de consumo). / Análise e compreensão dos discursos produzidos por sujeitos e instituições em diferentes gêneros e campos de atuação na vida pública. / Réplica (posicionamento responsável em relação a temas, visões de mundo e ideologias veiculados por textos e atos de linguagem presentes em diferentes veículos voltados para comunicação e publicidade). / Estratégias de leitura, produção de textos orais, escritos e multissemióticos (produção de análises, artigos, campanhas, intervenções, empreendimentos sociais etc.).

Competências da Formação Geral Básica: Competências 1, 3, 4 e 7.
Habilidades a serem aprofundadas:

EM13LGG104	Utilizar as diferentes linguagens, levando em conta seus funcionamentos, para a compreensão e produção de textos e discursos em diversos campos de atuação social.
EM13LGG301	Participar de processos de produção individual e colaborativa em diferentes linguagens (artísticas, corporais e verbais), levando em conta suas formas e seus funcionamentos, para produzir sentidos em diferentes contextos.

VERSÃO PRELIMINAR

EM13LGG304	Formular propostas, intervir e tomar decisões que levem em conta o bem comum e os Direitos Humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global.
EM13LGG403	Fazer uso do inglês como língua de comunicação global, levando em conta a multiplicidade e variedade de usos, usuários e funções dessa língua no mundo contemporâneo.
EM13LGG703	Utilizar diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais em processos de produção coletiva, colaborativa e projetos autorais em ambientes digitais.

Eixos Estruturantes: Investigação Científica, Processos Criativos e Mediação e Intervenção Sociocultural.
Competências e Habilidades:

EMIFCG03	Utilizar informações, conhecimentos e ideias resultantes de investigações científicas para criar ou propor soluções para problemas diversos.
EMIFLGG05	Selecionar e mobilizar intencionalmente, em um ou mais campos de atuação social, recursos criativos de diferentes línguas e linguagens (imagens estáticas e em movimento; música; linguagens corporais e do movimento, entre outras), para participar de projetos e/ou processos criativos.
EMIFCG07	Reconhecer e analisar questões sociais, culturais e ambientais diversas, identificando e incorporando valores importantes para si e para o coletivo que assegurem a tomada de decisões conscientes, consequentes, colaborativas e responsáveis.
EMIFLGG07	Identificar e explicar questões socioculturais e ambientais passíveis de mediação e intervenção por meio de práticas de linguagem.

Professor, os Eixos Estruturantes em maior evidência de cada atividade serão indicados pelos ícones a seguir. Apesar da indicação no início das Atividades, pode haver propostas que desenvolvam mais de um Eixo.

Investigação Científica

Processos Criativos

Empreendedorismo

Mediação e Intervenção Sociocultural

Atividade 1

Introdução

Semana 1: 2 aulas

Professor, nesse primeiro momento do componente, para acolher seus estudantes e apresentar as premissas do que será desenvolvido ao longo das atividades, organize um momento para que possam discutir sobre seus comportamentos habituais com relação a bens e serviços que consomem. Esta ocasião é importante para que você perceba os conhecimentos prévios que os estudantes possuem sobre diferentes aspectos envolvendo temáticas como consumo, tipos de indústrias, bens e serviços. Nesse processo, espera-se que eles reflitam sobre seus hábitos de consumo a partir de uma dinâmica e conversas a respeito dos produtos e serviços que mais frequentemente adquirem e consomem.

Dessa forma, para iniciar a atividade é importante que você informe a turma sobre a importância da participação ativa de todos, pois, será por meio de ações coletivas e individuais que as práticas terão andamento e serão significativas para os envolvidos. O foco nesse momento serão os “bens de consumo”, uma vez que se trata de um nicho voltado à itens que são frequentemente adquiridos e consumidos pela população, em geral. Portanto, promova uma roda de conversa na qual possam compartilhar suas experiências pessoais de consumo de itens e serviços, como a exemplo de eletrônicos, móveis, roupas, calçados, acessórios, remédios, cosméticos, alimentos, serviços de transporte, energia, saúde, entretenimento etc.

Para esse momento, como sugestão, podem-se considerar algumas dinâmicas e/ou jogos, nos quais os estudantes tenham a oportunidade de refletir sobre como são seus hábitos enquanto consumidores. Dentre as possibilidades de práticas, sugere-se uma atividade na qual os estudantes elaborem placas com advérbios de frequência e as usem para indicar a periodicidade com que consomem determinados produtos e serviços. Caso seja possível, tanto as placas, quanto os questionamentos no momento da dinâmica, podem ser feitos em Língua Portuguesa e/ou em Língua Inglesa para que, dessa maneira, os estudantes tenham a oportunidade de desenvolver habilidades linguísticas referentes ao idioma. A exemplo para os advérbios a serem inseridos nas placas, estão: todos os dias (*every day*), todas as semanas (*every week)*, aos finais de semana (*on the weekends*), mensalmente (*monthly*) e várias vezes por ano (*several times a year*). Além da proposta analógica, há também a oportunidade de utilizar um *quiz* digital, que pode ser elaborado por você e/ou pelos estudantes.

VERSÃO PRELIMINAR

SAIBA MAIS

Professor, com o intuito de promover o desenvolvimento da Língua Inglesa em atividades que proporcionem um contato cultural e uso significativo da língua, para todo o percurso deste componente, você pode utilizar conceitos e metodologias encontradas no CLIL (*Content and Language Integrated Learning*), que traz uma abordagem de ensino integrando o desenvolvimento de uma língua que não é a materna dos estudantes a conteúdos curriculares e objetos de conhecimento de diferentes áreas.

CLIL, uma força integradora para fomentar a aprendizagem de inglês. Disponível em: https://cutt.ly/fGcZfzn . Acesso em: 27 abr. 2022.

Após a produção das placas e/ou do questionário *online*, selecione e apresente a eles uma série de imagens relacionadas com os produtos advindos dos "bens de consumo". O objetivo é que eles indiquem a frequência com que adquirem e/ou consomem os itens e serviços apresentados. Para fins de coleta de dados, é importante que você, ou um grupo de estudantes, registrem as respostas da turma, pois essas informações poderão ser utilizadas para as próximas etapas da atividade, não só deste componente, mas também das práticas envolvendo os demais da Unidade Curricular.

Para finalizar a dinâmica, promova um momento de conversa na qual os estudantes tenham a oportunidade de observar e refletir sobre seus próprios hábitos de consumo, bem como os de seus colegas. Na ocasião, algumas perguntas podem ser feitas, como, por exemplo: ***Em quais aspectos seus hábitos de consumo coincidem com os de seus colegas? (In which ways your consumer habits are comparable to your classmates?) E em quais diferenciam? (In which ways do they differ?) O que mais lhes chamou a atenção com relação à frequência de consumo da turma? (Did anything about the consumer habits of your class get your attention?) Vocês consideram que exista algum exagero no que diz respeito ao consumo de algum produto ou serviço? Vestuário, alimentos, serviços, energia, mobiliários, papelaria etc. (Do you identify any exaggerated consumption of products and services? Clothing, food, services, energy, furniture, stationary etc.) Se sim, quais? (If you do, which ones?) E há escassez? (Are there any products, or services, in scarcity?)***

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

VERSÃO PRELIMINAR

Professor, na proposta da Atividade 1 do componente “Observatório de marketing”, os estudantes estão discutindo a respeito das variadas formas como o marketing aplicado em redes sociais, e outras mídias, podem influenciar o consumo de determinados produtos por públicos diversos. Você pode incluir tais reflexões nesse momento e/ou elaborar questões que coloque esses temas em pauta.

Como consequência dessa atividade, e após análise das respostas obtidas, eles poderão ter uma visão mais ampla acerca dos tipos de produtos que são mais consumidos pelo grupo. Essas informações serão importantes para os agrupamentos nas etapas seguintes da atividade e, consequentemente, o foco das investigações a serem realizadas.

Desenvolvimento

Semanas 2 e 3: 4 aulas

Professor, para iniciar as aprendizagens desse momento da atividade, converse com os estudantes acerca do que eles conhecem sobre os termos “bens de consumo” e “bens de serviço”. Para tanto, visando apoiar esse momento, alguns questionamentos podem ser feitos, como, por exemplo: ***Como vocês definiriam “bens de consumo” e “bens de serviço”? Quais as diferenças entre esses dois termos? O que vocês indicariam como exemplos de bens de consumo? E exemplos de bens de serviço? De onde e de quem provêm os bens de consumo e bens de serviço?***

Diante da necessidade de fazer registros das respostas obtidas, você pode expor as ideias iniciais apresentadas na lousa ou em um painel, analógico ou digital. Esses apontamentos servirão de base para que você retome, posteriormente, com eles os conhecimentos prévios que eles tinham a respeito dessas temáticas e os compare com os conhecimentos construídos após as investigações que irão realizar.

Após esse momento inicial, explique a eles que o objetivo, nesse momento da atividade, será aprofundar seus conhecimentos acerca do que são bens de consumo e bens de serviço. Sendo assim, solicite que se organizem em grupos de acordo com os tipos de bens que gostariam de investigar. Como sugestão, você pode pedir que se organizem de forma a criar quatro agrupamentos, sendo que dois serão responsáveis por investigar informações sobre bens de consumo e os outros dois grupos as informações sobre bens de serviço. Nesse sentido, espera-se que haja, por exemplo, agrupamentos que sejam responsáveis por coletar e analisar produtos variados, como eletrônicos (*smartphones*, caixas de som, relógios *smartwatch*, fones de ouvido, videogames), vestuários, mobiliários,

VERSÃO PRELIMINAR

papelaria, cosméticos, entre outros tipos de produtos, assim como agrupamentos que irão coletar informações sobre serviços, tais como os de comunicação, saúde, alimentação, estética etc.

Logo após a formação dos grupos e a organização quanto aos tipos de bens que serão analisados, será o momento de determinar as informações que são caras para suas pesquisas. Como sugestão, elabore, juntamente com seus estudantes, um questionário e/ou roteiro de pesquisa. Além do mais, conforme o planejamento para o componente, há também a possibilidade de que esses questionários sejam produzidos em formato bilíngue. Como exemplo dos dados que podem constar nos questionários e/ou roteiros de pesquisa, pode-se considerar:

Bens de consumo
• *O que são bens de consumo?* • *Quais são exemplos de bens de consumo?* • *Como são classificados os bens de consumo?* • *Quais são os bens de consumo mais adquiridos no seu grupo?* • *Quais são os bens de consumo mais adquiridos no Brasil?* • *Quais são exemplos de indústrias de bens de consumo?*

Bens de serviço
• *O que são bens de serviço?* • *Quais são exemplos de bens de serviço?* • *Todos os serviços geram bens?* • *Como são classificados os bens de serviço?* • *Quais são os bens de serviço mais adquiridos no seu grupo?* • *Quais são os bens de serviço mais adquiridos no Brasil?* • *Quais são exemplos de indústrias de bens de serviço?*

Quando todos esses combinados forem concluídos, organize os momentos e espaços para que os estudantes possam se reunir e realizar todas as ações necessárias para o desenvolvimento da atividade. Considerando as investigações e curadorias que serão necessárias, de acordo com as possibilidades da sua Unidade Escolar, viabilize juntamente com sua equipe gestora, o acesso dos estudantes a computadores e *tablets* com conexão à internet. Caso nenhuma dessas opções seja possível, você pode pedir aos estudantes que realizem as pesquisas fazendo uso de seus próprios *smartphones*, ou em um momento assíncrono.

AVALIAÇÃO

Professor, esses momentos de curadoria dos estudantes e trabalho em grupo são importantes para que você possa realizar a avaliação processual deles. Você poderá verificar as estratégias que desenvolvem para responder às questões acordadas, a interação e engajamento deles em seus grupos de trabalho, o uso que fazem das ferramentas digitais e analógicas, entre outros pontos que você julgar importantes.

VERSÃO

Logo que os estudantes tiverem concluído as pesquisas e respondido suas respectivas listas de perguntas, oriente-os a sistematizar as informações que encontraram em uma apresentação multimodal a ser compartilhada com os demais grupos. Incentive-os a utilizar, por exemplo, imagens, vídeos, *podcasts*, trechos de documentários e entrevistas para ilustrar melhor suas apresentações. Além disso, de acordo com os objetivos do componente, essas apresentações podem ser produzidas em língua Inglesa, ou de maneira bilíngue, para que os estudantes tenham a oportunidade de desenvolver suas competências linguísticas no idioma alvo ao mesmo tempo em que fazem uso significativo do idioma. Nesse sentido, você pode aproveitar esse momento para, também, revisar com eles alguns aspectos estruturais, tais como tempos verbais, conjunções, vocabulário etc.

Sistematização

Semana 4: 2 aulas

Nesse momento final da Atividade, os estudantes irão apresentar as informações que encontraram a respeito dos bens de consumo e bens de serviço que exploraram junto aos seus grupos. Nesse sentido, observe e revise com cada grupo como eles finalizaram as pesquisas e sistematizaram as informações na apresentação multimodal. Uma vez que todos os grupos estejam satisfeitos com suas produções, organize o espaço e o tempo dentro do período das aulas do componente para que cada grupo tenha a oportunidade de apresentar o resultado do trabalho desenvolvido.

Ao final das apresentações é importante reservar um momento para discutirem sobre as informações que encontraram. Para o desenvolvimento das aprendizagens seguintes, previstas para esse componente, é importante que eles tenham se apropriado, durante essa primeira atividade, das características e definições de bens de consumo e bens de serviço, assim como as diferenças entre um e outro.

Atividade 2

Introdução

Semana 5: 2 aulas

Professor, nessa segunda atividade, a proposta é que os estudantes reflitam e discutam sobre as diferentes práticas de consumo adotadas pelas pessoas, sejam elas relacionadas a usos de energia, consumo de bens de consumo e serviços, analisando, também, os impactos positivos e negativos que certas práticas podem desencadear no meio ambiente.

VERSÃO PRELIMINAR

Assim sendo, para iniciar a atividade, organize uma roda de conversa em que sejam abordadas questões que levem os estudantes a pensar sobre os diversos hábitos de consumo, individuais e coletivos, que são adotados por pessoas e comunidades. Para apoiar esse momento de compartilhamento de informações e conhecimentos, você pode preparar com antecedência algumas perguntas norteadoras e, caso seja possível, esses questionamentos podem ser feitos em Língua Portuguesa e/ou em Língua Inglesa.

Entre as questões que podem apoiar essa conversa, pode-se considerar, por exemplo: ***Vocês se consideram pessoas com hábitos de consumo conscientes? (Do you consider yourselves people of conscious consumption habits?) Como vocês, geralmente, se deslocam para chegar até a escola? (How do you usually come to school?) A pé, de carro, de transporte público? (On foot, by car, by public transport?) E as roupas que escolhem para vir para a escola, de que tipo de tecido são feitas? (What about the clothes you choose to come to school, what type of fabric are they made of?) Com que frequência vocês costumam comprar roupas, sapatos e acessórios? (How often do you usually buy clothes, shoes and accessories?) Onde vocês geralmente compram suas roupas, sapatos e acessórios? (Where do you usually buy your clothes, shoes and accessories?) Vocês costumam comprar roupas e sapatos em brechós? Se sim, com que frequência? (Do you buy clothes in second hand shops?) O que vocês geralmente comem? (What do you usually eat?) Legumes, carnes, laticínios, frutas, alimentos processados ou ultraprocessados? (Vegetables, meat, fruit, processed food or ultra-processed food?) Vocês sabem o quanto de energia e recursos naturais são necessários para se produzir todos esses alimentos e produtos e levá-los até às lojas, feiras, shoppings e supermercados onde são compradas? (Do you know how much energy and resources are necessary to produce all those products and food and take them to the stores, malls and supermarkets where they are bought?) Como vocês descartam as coisas das quais não necessitam mais? (How do you get rid of the things you don't need anymore?) Vocês costumam realizar descartes adequados? (Do you usually make correct disposals of waste?) Vocês costumam apagar as luzes dos cômodos da casa que não estão usando? (Do you usually turn off the lights of the places of the house you are not using?) Vocês costumam tomar banhos rápidos ou demorados? (Do you usually take short or long showers?) Vocês costumam fechar a torneira enquanto escovam os dentes? (Do you usually turn off the faucet while you brush your teeth?)***

VERSÃO PRELIMINAR

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor, na Atividade 1 do componente "Observatório de marketing", os estudantes discutiram a respeito do que é consumismo e dos hábitos de consumo entre os jovens brasileiros. Por esse motivo, você pode retomar

tais discussões e conversar com o professor desse componente para planejarem e articularem as propostas desse momento.

Durante essa troca entre os estudantes, é importante que eles realizem registros dessas respostas em seus cadernos e/ou outros meios digitais, pessoais, ou da turma, que já estejam acostumados a utilizar, ou que tenham adotado em Unidades Curriculares anteriores. Tais registros podem servir de apoio para os momentos seguintes desta Atividade, quando eles irão realizar reflexões sobre a ausência e a presença de ações conscientes de consumo ligadas à comportamentos e hábitos, além de auxiliarem também no cálculo de suas "pegadas ecológicas" e "pegadas de carbono" pessoais, assim como no teste do "consumidor consciente", a serem propostos na etapa de desenvolvimento desta primeira Atividade. Após essa conversa inicial, selecione para apreciação coletiva um vídeo, um *podcast*, um documentário, ou outra produção multimodal que colabore com a compreensão no que diz respeito ao conceito de "consumo consciente" pois este será um dos principais assuntos que serão abordados ao longo desta primeira atividade.

SAIBA MAIS

Professor, nas referências a seguir você encontrará conteúdos que explicam o conceito de "consumo consciente" e que podem ser apresentados à turma, ou compor seu repertório, tendo em vista o seu planejamento para este momento da atividade.

Consumo Consciente - Ailo
Disponível em: https://youtu.be/h-SJQalRAng. Acesso em: 01 abr. 2021.

Finalizada a apreciação das referências selecionadas, solicite aos estudantes que retomem as respostas dadas no momento inicial e discutam sobre seus comportamentos habituais e práticas de consumo, de modo que reflitam sobre seus hábitos pessoais e os relacione com o que foi apresentado a respeito de consumo consciente. Nessa ocasião, questione-os sobre o que consideram como comportamentos de consumo conscientes e como estes podem ajudar na manutenção e conservação do meio ambiente, principalmente nos espaços onde circulam.

Desenvolvimento

Semanas 6 e 7: 4 aulas

Professor, para esta segunda etapa da atividade, a proposta é que os estudantes calculem suas “pegadas ecológicas” e “pegadas de carbono” e realizem um teste de “consumidor consciente” para que, dessa forma, possam refletir sobre o impacto que seus respectivos comportamentos têm nos meios em que vivem. Assim, para iniciar a atividade, questione-os quanto aos termos “pegada ecológica” “pegada de carbono” e “consumo consciente”, se sabem do que se tratam, como surgiram, como são calculados, quais os fundamentos e objetivos, entre outras perguntas que você julgar pertinentes para o tema abordado. Após esse questionamento inicial, proponha aos estudantes que investiguem mais a fundo sobre o assunto.

Por isso, e com o intuito de auxiliar nas pesquisas que eles realizarão, solicite que façam anotações dos seus conhecimentos iniciais a respeito dos dois termos. É importante que você também registre as considerações e ideias da turma, fazendo uso da lousa, dispondo de um mural que seja acessível a todos, ou colando *post its* em painéis, de maneira que, juntos, possam visualizar as hipóteses iniciais, comparando-as com as informações que irão coletar durante as pesquisas.

Quando tiverem finalizado os questionamentos e realizado os devidos registros, organize um momento para que, em pequenos grupos de trabalho, os estudantes possam realizar pesquisas em meios digitais e/ou analógicos sobre o que é “Pegada ecológica”, “Pegada de carbono” e “consumo consciente”. Para organizar as investigações que serão realizadas, é indicado que, coletivamente, vocês possam acordar quais são as principais informações a serem coletadas a respeito do tema. Inclusive, pode-se também organizar, previamente, fichas para inserir essas informações, ou elencar tópicos que estruturem as pesquisas, tais como:

- O que é pegada ecológica e pegada de carbono?
- O que é consumo consciente?
- Quando e onde esses termos foram utilizados pela primeira vez?
- Quem é/são os responsáveis pela elaboração dessas metodologias de contabilidade e esse modo de consumo?
- Por quais motivos esses tipos de cálculos e esse modo de consumo foram elaborados/pensados?
- Como são feitos os cálculos da “pegada ecológica” e da “pegada de carbono”?
- Quais são os fatores considerados para esses cálculos?
- Quais são os fatores considerados nas premissas de consumo consciente?
- Dentro das premissas que envolvem esses três termos, o que seria considerado um resultado “positivo” ou “negativo”?

Cabe ressaltar que, de acordo com o planejamento para o desenvolvimento do componente, pode-se considerar uma estrutura bilíngue para a produção das fichas (português-inglês ou inglês-português).

Após os acordos no que diz respeito às informações que constarão nas fichas, verifique a possibilidade de utilização de espaços e recursos à vista das pesquisas que serão realizadas pelos estudantes. Por isso, sugere-se que você, juntamente com sua equipe gestora, viabilize a possibilidade de acesso dos estudantes a

VERSÃO PRELIMINAR

computadores e *tablets* com conexão à *internet*. Caso nenhuma dessas opções seja viável dentro do espaço escolar, você pode pedir que os estudantes realizem essa pesquisa fazendo uso de seus próprios *smartphones*, ou em um momento assíncrono.

Quando todos os grupos finalizarem suas pesquisas e registrarem os resultados em suas fichas, solicite que eles retomem, em conjunto, as anotações que realizaram no início da etapa de desenvolvimento desta Atividade. Logo, peça que cada grupo relate o resultado de suas curadorias, comparando as impressões iniciais sobre o assunto com as informações que obtiveram de suas pesquisas e, também, dos demais grupos. Inclusive, sugere-se que os grupos complementem suas respectivas fichas com as informações encontradas pelos outros colegas da turma.

Em seguida, a partir do desenvolvimento de um conhecimento mais amplo sobre o que é “Pegada ecológica”, “Pegada de carbono” e “Consumo consciente” e seus respectivos fundamentos teóricos, os estudantes irão calcular suas “Pegadas Ecológicas” e “Pegadas de carbono” individuais, além de realizar um teste do consumidor consciente. Para isso, peça que acessem as páginas a seguir e respondam às questões solicitadas com atenção, buscando indicar as informações do modo mais assertivo possível.

Pegada Ecológica

Disponível em: https://www.pegadaecologica.org.br/pegada.php. Acesso em: 16 nov. 2022.

Pegada de carbono

Disponível em: https://cutt.ly/yMTJNrc. Acesso em: 16 nov. 2022.

Você é um consumidor consciente? Faça o teste

Disponível em: https://cutt.ly/hMTKlzG. Acesso em: 16 nov. 2022.

Quando obtiverem seus resultados, peça que sejam realizadas as comparações dos resultados, em seus grupos de trabalho. Nesse sentido, solicite também que discutam sobre os motivos pelos quais obtiveram um ou outro resultado, comparando seus hábitos e comportamentos e relacionando-os com os fatores levados em consideração por essas metodologias de cálculo, os quais exploraram e registraram anteriormente em suas pesquisas.

Ao final, peça que cada grupo apresente os resultados obtidos individualmente e coletivamente, apontando se, dentro das perspectivas de cada cálculo, a soma dos resultados dos integrantes seria considerada positiva ou negativa. Esse movimento

VERSÃO PRELIMINAR

de troca entre os estudantes é importante para que reflitam sobre o impacto que suas ações têm no meio ambiente e, dessa maneira, percebam que a manutenção e preservação dele não se alcança apenas por meio de comportamentos individuais, mas depende também da junção dessas atividades pessoais e de diferentes tipos de ações coletivas e sociais.

Sistematização

Semana 8: 2 aulas

Professor, para finalizar a Atividade 1, os estudantes serão desafiados a elaborar um infográfico com as informações de consumo obtidas, apresentando, inclusive, ações que poderiam ser aplicadas no cotidiano para que suas "pegadas ecológicas" e "pegadas de carbono" sejam mais sustentáveis, assim como seus hábitos de consumo sejam mais conscientes.

Dessa forma, para iniciar esse momento de sistematização das aprendizagens, solicite aos estudantes que, em seus grupos de trabalho, retomem os registros de seus cálculos e teste realizados nas etapas anteriores. A partir dessas informações, eles deverão listar todos os hábitos que os integrantes sinalizaram no momento dos testes, relacionados à alimentação, ao transporte, à moradia, aos bens de consumo, serviços, entre outros. Quando finalizarem essa listagem, organize um momento para que possam discutir e pesquisar quais hábitos são, ou não, sustentáveis e conscientes. Nesse processo, espera-se que eles reflitam a respeito de quais ações e mudanças na rotina diária poderiam ajudar a reduzir impactos negativos no meio ambiente.

Quando eles tiverem todas essas informações em mãos, é chegada a hora de sistematizarem o conteúdo adquirido em infográficos. Estas produções poderão ser compartilhadas entre os colegas e, se viável, na comunidade escolar.

Para isso, ainda em grupos, eles deverão planejar e elaborar essas produções, de acordo com os recursos disponíveis e com as possibilidades locais. Ressalta-se que, à vista do desenvolvimento das habilidades linguísticas em Língua Inglesa por parte dos estudantes, esses infográficos podem ser criados com conteúdos bilíngues.

VERSÃO PRELIMINAR

SAIBA MAIS

Professor, caso seja possível o acesso a tecnologias digitais para essa produção, na página a seguir você encontra algumas dicas de sites gratuitos que oferecem ferramentas que auxiliam na criação de infográficos.

Conheça os sites gratuitos para criar infográficos incríveis
Disponível em: https://cutt.ly/zFpgMnZ. Acesso em: 01 abr. 2021.

Para auxiliar ainda na compreensão de como poderia ser o formato dos infográficos, no *link* a seguir, você encontra um modelo para apoiar e orientar a turma.

Modelo de infográfico: Pegada Ecológica.
Disponível em: https://cutt.ly/8JDfttL. Acesso em: 01 abr. 2021.

Ao final, solicite que os estudantes compartilhem suas produções e realizem comentários com relação ao que criaram. De forma a compartilhar essas informações e aprendizagens desenvolvidas, vocês também podem postar os infográficos nas páginas sociais de sua escola, produzir murais analógicos, ou outros meios de comunicação ativos e de fácil acesso para os integrantes da Unidade Escolar.

AVALIAÇÃO

Professor, esse momento de criação e compartilhamento dos infográficos se mostra como uma oportunidade para você realizar a avaliação individual e coletiva de seus estudantes. Você pode observar, por exemplo, o quanto eles se engajaram nas etapas de discussão, de investigação, de pesquisa e de produção, se utilizaram corretamente as informações e reflexões provenientes dos momentos de trocas, se fizeram um uso consciente das tecnologias disponíveis para realizar suas pesquisas e se conseguiram mobilizar corretamente todas essas informações para o gênero infográfico, bem como outros pontos que você julgar importantes para compor sua avaliação.

VERSÃO PRELIMINAR

Atividade 3

Introdução

Semana 9: 2 aulas

Professor, nesta terceira atividade do componente, os estudantes serão desafiados a analisar as formas como as diferentes culturas ao redor do mundo influenciam nos bens de consumo e serviços que são produzidos/ofertados e adquiridos por essas diferentes pessoas e sociedades. Nesse contexto, eles irão analisar, por exemplo, a produção e consumo de alimentos regionais e que estão ligados a culturas alimentares variadas, a oferta e consumo de energia proveniente

de fontes distintas daquelas comumente exploradas no Brasil, assim como serviços originários de demandas específicas de lugares com características meteorológicas, geológicas e culturais distintas.

Dessa forma, para iniciar as aprendizagens, selecione para apreciação coletiva um vídeo, trecho de documentário, ou *podcast* que discorra sobre o tema cultura e sociedade de consumo. Para essa seleção é importante levar em consideração produções que ofereçam aos estudantes informações sobre esses tópicos, assim como exemplos claros de como é a relação de oferta e consumo de bens de consumo e serviços em outros lugares do mundo, tais como Japão, Índia, Estados Unidos, Rússia, Alemanha, Angola, China, Groenlândia etc.

SAIBA MAIS

Professor, as referências a seguir podem ser utilizadas nesse momento de apreciação, ou usadas como exemplos para a sua seleção pessoal.

Sociologia - Cultura e Sociedade de Consumo
Disponível em: https://youtu.be/NJlLUJy4xww. Acesso em: 23 nov. 2022.

Incredible Top 10 Most Popular American/USA Foods || USA Street Foods | Traditional American Cuisine
Disponível em: https://youtu.be/PtOOI_nKwtw. Acesso em: 23 nov. 2022.

ROTINA MATINAL DE UMA MULHER JAPONESA + PEQUENO ALMOÇO JAPONÊS
Disponível em: https://youtu.be/sLiexbxAfuM. Acesso em: 23 nov. 2022.

5 Quick Everyday Indian meal ideas | I tried Home-made LUNCH THALI for the entire week
Disponível em: https://youtu.be/YeA6Ucq-y9U. Acesso em: 23 nov. 2022.

Após a apreciação, organize um momento para que você possa discutir com seus estudantes sobre os bens de consumo e/ou serviços que eles conseguiram identificar nas produções apresentadas. Para esse momento, você pode elaborar algumas questões norteadoras, tais como: ***Quais foram os bens de consumo e/ou de serviço que vocês conseguiram identificar nas produções? Esses bens são similares àqueles consumidos no nosso país? Quais são parecidos, e quais são diferentes? Vocês conseguiram identificar algum bem de consumo e/ou serviço que seja originário das culturas e sociedades apresentadas? Se sim, quais? Vocês acham que a cultura exerce algum tipo de influência sobre os bens de consumo/serviço produzidos e ofertados em determinadas comunidades? Se sim, de que maneira? Se não, por que não?***

Peça que os estudantes registrem as respostas e comentários que considerarem mais relevantes durante esse momento de discussão, pois essas informações poderão ser úteis durante os momentos seguintes dessa atividade, quando eles deverão investigar com maior profundidade os aspectos culturais, sociais,

econômicos, climáticos e geográficos que afetam a oferta e produção de bens em diferentes lugares do mundo.

Desenvolvimento

Semanas 10 e 11: 4 aulas

Professor, nesta etapa da atividade, os estudantes irão se organizar em grupos de trabalho para explorar os aspectos específicos de variados países, culturas e sociedades que afetam a maneira como as pessoas, e organizações consomem, produzem e oferecem bens de consumo e de serviço. O objetivo é que eles percebam, como todas essas questões estão diretamente relacionadas com os tipos de bens que as pessoas consomem. Como exemplo, eles poderão explorar os motivos pelos quais em certos países, diferentemente do Brasil, a principal fonte de energia elétrica provém de usinas nucleares, as proteínas mais consumidas são a de carne de frango e frutos do mar, os meios de transporte mais utilizados são a bicicleta e o trem, assim como diversos outros aspectos que dizem respeito ao assunto.

Dessa forma, para iniciar as práticas planejadas para esse momento, peça que os estudantes relembrem as informações provenientes das apreciações e discussões feitas na etapa anterior. Com isso em mente, explique para eles que, agora, eles deverão organizar grupos de trabalho e explorar as características específicas relacionadas a oferta e consumo de bens de consumo e serviço em outros países. Assim, primeiramente, peça que cada grupo selecione um país que gostariam de ter como foco de suas pesquisas. Quando os agrupamentos estiverem prontos, organize um momento para que vocês possam acordar coletivamente todas as informações que essencialmente precisarão encontrar. Como sugestão, vocês podem organizar uma ficha de pesquisa, como, por exemplo:

SÃO PRELIMINAR

Grupo	(Nomes dos integrantes do grupo)
Objeto de pesquisa	Oferta, produção e consumo de bens de consumo e serviço no Japão (Alemanha, Canadá, Austrália, África do sul, Coréia, Itália, Holanda, Groenlândia etc.).
Alimentos mais produzidos e consumidos	(Texto produzido pelos estudantes apresentando os tipos de alimentos mais produzidos e consumidos no país escolhida para a pesquisa, tais como, por exemplo, alimentos provenientes da pecuária, pesca, agricultura e indústria, assim como alimentos regionais, ou que sejam ligados à cultura local)
Fontes de energia mais utilizadas	(Texto produzido pelos estudantes apresentando os tipos de fontes de energia mais exploradas e utilizadas no país e os motivos pelos quais há uma

	maior exploração deste tipo de geração de energia em detrimento de outras)
Meios de transporte mais utilizados	(Texto produzido pelos estudantes apresentando os tipos de meios de transporte mais utilizados no país e os motivos pelos quais há um maior uso destes pela população)
Sistema de coleta e tratamento de lixo	(Texto produzido pelos estudantes apresentando e explicando como funcionam as metodologias de coleta e tratamento de lixo, tanto aquelas que são de responsabilidade da população quanto aquelas executadas por empresas e organizações)
Referências	(*Links* de vídeos, artigos, livros e outros materiais encontrados como referências durante a pesquisa e utilizados para a realização da atividade)

Com todas essas definições concluídas, verifique as opções de espaços e momentos para que os estudantes possam se reunir com seus grupos de trabalho e, dessa maneira, realizar as curadorias necessárias para a realização das pesquisas. Além disso, na etapa de sistematização será solicitado que eles compartilhem os resultados de seus trabalhos por meio da metodologia "rotação por estações", por isso, é importante que eles saibam disso, desde este momento, para que possam selecionar, durante as pesquisas, referências visando este momento de compartilhamento.

AVALIAÇÃO

Professor, esses momentos de pesquisa dos estudantes e trabalho em grupo são importantes para que você possa realizar a avaliação processual deles. Você poderá verificar as estratégias que utilizam para encontrar as informações acordadas nas fichas de pesquisa, a interação e engajamento deles em seus grupos de trabalho, o uso que fazem das ferramentas digitais e analógicas, entre outros pontos que você julgar relevantes. Ademais, é importante que você circule entre os grupos para apoiá-los com eventuais dúvidas a respeito da atividade e dando *feedbacks* pontuais.

Ao final de suas pesquisas, solicite aos estudantes que sistematizem as informações encontradas e as organizem em uma apresentação multimodal. Como sugestão, pode-se pensar em uma organização na qual eles apresentem os bens de consumo e de serviço identificados no país escolhido, seguido pelos motivos culturais, sociais, geográficos, históricos e econômicos que estejam atrelados a eles. Oriente-os, também, a incluir em cada momento das apresentações, os vídeos, imagens, *podcasts*, trechos de documentários, dados e outras referências que tenham encontrado e que possam ajudar a ilustrar suas descobertas.

PRELIMINAR

Sistematização

Semana 12: 2 aulas

Para finalizar esta

Ao finalizarem as pesquisas e preparação das apresentações, organize um momento para que cada grupo possa compartilhar suas descobertas e comparar as informações sobre as diferentes práticas de produção e consumo de bens nos países selecionados. Para mobilizar essas trocas de informações, como sugestão, você pode utilizar a metodologia “rotação por estações”, solicitando que, de forma circular, os integrantes discutam e compartilhem as informações obtidas. Todas essas trocas são importantes para que eles tenham uma visão mais geral de como diferentes sociedades lidam com a produção e consumo de bens, além de ter oportunidade de comparar esses diferentes hábitos.

SAIBA MAIS

Professor, de maneira a apoiá-lo nesse momento da atividade, na página a seguir, você encontra informações e orientações sobre: como preparar seus estudantes, organizar o espaço escolar e planejar o tempo de aula para uma aprendizagem significativa dentro da perspectiva da metodologia ativa denominada “Rotação por estações”.

Rotação por estações: uma possibilidade para planejar aulas
Disponível em: https://cutt.ly/yHf660i. Acesso em: 05 mai. 2021.

Atividade 4

Introdução

Semana 13: 2 aulas

Professor, a proposta nesta penúltima atividade do componente é que os estudantes explorem aspectos e ações sustentáveis relacionados ao consumo e produção de bens e serviços, analisando como essas questões e práticas podem auxiliar no alcance de alguns dos denominados “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável” (ODS), na preservação do meio ambiente e no desenvolvimento responsável das cidades e comunidades, empresas e indústrias. Nesse processo, eles também terão oportunidades de refletir tanto sobre seus hábitos de consumo individuais, quanto da sociedade em que estão inseridos e de outras regiões do planeta, de um modo geral.

Sendo assim, para iniciar as aprendizagens, selecione um vídeo, um *podcast*, ou uma outra produção multimodal que discorre sobre os conceitos de sustentabilidade alinhados à produção e consumo responsáveis e organize um momento para que você e seus estudantes possam apreciá-lo e discuti-lo coletivamente. Este momento será importante para que os estudantes possam se inteirar a respeito dessa temática, a qual estará no cerne dos estudos propostos nesta atividade, além de oferecer a oportunidade para que você verifique os conhecimentos prévios da turma sobre o assunto.

SAIBA MAIS

Professor, como sugestão de materiais para a apreciação da turma, você pode utilizar os indicados a seguir, ou utilizá-los como exemplo para a sua seleção pessoal.

Ods 12 – consumo e produção responsáveis
Disponível em: https://youtu.be/F1SwXe9Wd50. Acesso em: 05 mai. 2021.

Minuto ODS - Consumo e Produção Responsáveis - ODS 12
Disponível em: https://youtu.be/Kl7MlIbvX-8. Acesso em: 05 mai. 2021.

Após a apreciação, converse com seus estudantes sobre o conhecimento que possuem sobre consumo e produção responsável e sobre as informações que foram tratadas no vídeo e/ou material apresentados com relação ao assunto. Para esse momento, você pode preparar com antecedência algumas questões norteadoras, tais como: ***O que vocês entendem por sustentabilidade? Na opinião de vocês, o que seriam ações sustentáveis? Como o conceito de sustentabilidade pode ser aplicado às formas como consumimos? "Consumo responsável" e "produção responsável", de acordo com os vídeos e os materiais analisados, são ações independentes umas das outras? De que forma estão relacionadas? Quais pontos têm em comum? Vocês concordam, ou discordam, das premissas que o conceito de "consumo responsável" e "produção responsável" trazem? Em quais pontos concordam ou discordam? Vocês praticam alguma atividade no dia a dia de vocês que poderiam se enquadrar no conceito de consumo responsável? Se sim, quais seriam exemplos? Considerando as atividades realizadas anteriormente, vocês conseguem identificar bons exemplos de consumo e produção responsáveis no Brasil e/ou em outros países? Se sim, quais?***

Diante da necessidade de registrar as ideias que os estudantes irão trazer nesse momento de trocas, você pode criar mapas mentais coletivos sobre os dois termos em foco na atividade. Nesse sentido, você pode solicitar que os estudantes insiram

VERSÃO

pequenos textos que resumem suas reflexões individuais sobre consumo e produção responsáveis. Tais registros poderão auxiliá-los nas fases seguintes desta atividade, principalmente durante a sistematização, quando eles serão desafiados a elaborar panfletos informativos que apresentem propostas de intervenção na forma de ações que contribuam, em suas comunidades, para o alcance dos "Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis" 2, 3, 7, 11 e 12, respectivamente: *Fome zero*; *Saúde e bem-estar*; *Energia acessível e limpa; Cidades e comunidades sustentáveis* e *Consumo e produção sustentáveis*.

Desenvolvimento

Semanas 14 e 15: 4 aulas

Professor, de forma a fornecer reflexões e aprendizagens envolvendo consumo e produção responsáveis, esta etapa de desenvolvimento da atividade tem como objetivo investigar os impactos ambientais causados pela produção e consumo na sociedade contemporânea. Nesse processo, os estudantes terão a oportunidade de ampliar seus repertórios sobre diferentes aspectos referentes à temática para que, dessa forma, elaborem suas propostas de panfletos informativos de maneira mais significativa e com maior segurança.

Assim sendo, para iniciar as pesquisas dessa etapa, solicite que os estudantes retomem seus grupos de trabalho, mantendo, preferencialmente, as formações organizadas nas atividades anteriores. Logo, apresente-lhes a proposta dessa atividade, de forma que compreendam, desde o início, o desafio que será entregue. Já em seus grupos, solicite que escolham um setor de produção de bens de consumo, ou de serviço, que gostariam de ter como foco de suas pesquisas, tais como: agricultura, pecuária, vestuário, energia, transporte etc.

Quando cada grupo já tiver determinado o setor de produção que irá pesquisar, organize um momento para acordarem em conjunto quais serão os pontos principais de suas investigações. Como o foco da atividade está na relação da produção com os conceitos de sustentabilidade, é importante que as informações acordadas levem em consideração fatores que os levem a refletir, especialmente, sobre o impacto da produção de diferentes nichos no meio ambiente. Assim, como exemplo, pode-se considerar algumas questões, como:

- **Qual é a abrangência de produção do setor?** (*Valores relacionados à demanda, à produção e ao consumo nacional e internacion*al).
- **Qual é a quantidade de recursos naturais necessários para a produção do setor?** (Exemplos: *água, energia elétrica, combustível fóssil, espaço físico, manejo nutricional no caso de animais, entre outros*).
- **Quais os impactos ambientais do setor de produção?** (Exemplos: *desmatamento de áreas verdes para produção agrícola e pecuária, uso e despejo de agrotóxicos e demais produtos químicos usados na indústria de alimentos processados e ultraprocessados, poluição do ar, poluição do solo etc.*)

VERSÃO PRELIMINAR

- **Quais são as estimativas de produção e demanda do setor para o futuro, levando em consideração os fatores de sustentabilidade?** (Exemplos: *gráficos, tabelas e índices com informações do Brasil e de outros/as países/regiões*).
- **O que se tem feito no setor para melhorar a forma de se produzir?** (*Modelos de produção mais sustentáveis e que fazem uso mais eficaz de recursos naturais e de energia*).
- **O que se pode fazer, enquanto sociedade, para cobrar ações mais sustentáveis por parte de governos e empresas que estão diretamente relacionadas com esse setor de produção?**
- **Como essas ações podem contribuir para atingir os "Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis" que estão mais diretamente relacionados com a produção?** (*Fome zero*, *saúde e bem-estar*, *energia acessível e limpa, cidades e comunidades sustentáveis* e *consumo e produção sustentáveis*.).

Após o acordo dessas premissas e objetivos da pesquisa, viabilize momentos e recursos para que os estudantes possam se reunir em seus grupos e, assim, realizar curadorias das informações necessárias. Cabe ressaltar que é importante que cada grupo realize registros de todas essas informações em seus cadernos e/ou outros meios, individuais e/ou coletivos, que tenham adotado para uso durante os estudos nesse componente. Tais registros serão importantes para o momento seguinte da atividade, quando irão refletir sobre o conteúdo encontrado e, a partir daí, criar propostas de panfletos informativos voltados para a conscientização de suas comunidades sobre produção e consumo mais sustentáveis.

Ao finalizarem as pesquisas, organize um momento para que cada grupo possa compartilhar suas descobertas e comparar as informações sobre os setores da produção de bens de consumo, ou serviço, que escolheram. Todas essas trocas são importantes para que eles tenham uma visão mais geral dos diferentes setores de produção, adquirindo, dessa maneira, mais referências e repertório para produzirem seus panfletos na etapa final desta atividade.

Sistematização

Semana 16: 2 aulas

Professor, para este momento final da atividade, a proposta é a de desafiar os estudantes a produzirem um panfleto informativo que, dentro das possibilidades de suas comunidades locais e dos conceitos estudados, apresentem exemplos práticos de como se desenvolver ações de consumo e produção mais responsáveis em suas comunidades.

Isto posto, para iniciar essa produção final, solicite que, dentro de seus grupos de trabalho, os estudantes reflitam sobre as informações encontradas e discutam maneiras de reduzir os impactos gerados pela produção de bens de consumo e

VERSÃO PRELIMINAR

serviço no meio ambiente, considerando tanto ações que podem ser aplicadas no dia a dia das pessoas, quanto aquelas que consideram importantes de serem cobradas de empresas e organizações.

Após esse momento inicial de reflexão, oriente-os a retomar seus registros, produzidos na etapa anterior desta atividade, para, então, elaborar os panfletos informativos. Vale ressaltar que, de forma a mobilizar e desenvolver os multiletramentos dos estudantes, se possível, esses panfletos podem ser planejados e elaborados fazendo uso de ferramentas digitais.

Quando as produções dos panfletos forem concluídas, organize um momento para que os estudantes possam compartilhá-los entre si. Esse contexto se mostra propício para que eles realizem avaliações e autoavaliações tendo em conta as ações coletivas e individuais realizadas até o momento. Dentre as possibilidades e recursos a serem utilizados para essas práticas avaliativas, a seguir encontram-se alguns modelos de fichas:

FICHA DE AUTOAVALIAÇÃO	
Nome:	
Título do panfleto:	
Meu panfleto está coerente com a proposta da atividade?	( ) Pouco ( ) Suficientemente ( ) Muito ( ) Integralmente
Eu me engajei e colaborei com ideias e sugestões para a produção do meu grupo?	( ) Pouco ( ) Suficientemente ( ) Muito ( ) Integralmente
Meu panfleto está coerente com os conceitos de produção e consumo responsável e sustentável?	( ) Pouco ( ) Suficientemente ( ) Muito ( ) Integralmente

FICHA DE AVALIAÇÃO	
Nome do grupo:	
Título do panfleto:	
O panfleto está coerente com a proposta da atividade?	( ) Pouco ( ) Parcialmente ( ) Muito ( ) Integralmente

Sugestão:	
O panfleto está coerente com os conceitos de produção e consumo responsável e sustentável?	( ) Pouco ( ) Parcialmente ( ) Muito ( ) Integralmente
Sugestão:	
O panfleto elaborado traz sugestões que consideram as realidades e possibilidades locais da comunidade?	( ) Pouco ( ) Parcialmente ( ) Muito ( ) Integralmente
Sugestão:	

AVALIAÇÃO

Professor, o momento de compartilhamento e leitura dos panfletos informativos elaborados pelos estudantes se mostrará como oportunidade para que você possa realizar também uma avaliação individual, verificando as estratégias que desenvolveram para a produção, quais elementos e conceitos de *produção e consumo responsável e sustentável* consideraram para elaboração, entre outros aspectos que você considerar importantes.

Atividade 5

Introdução

Semana 17: 2 aulas

Professor, nessa última atividade, os estudantes serão desafiados a sistematizar as aprendizagens construídas ao longo das atividades anteriores em um episódio de *podcast* que discuta a respeito dos efeitos das diferentes culturas nas práticas de consumo, tanto do Brasil, como de outros lugares do mundo.

Dessa forma, organize um momento inicial com seus estudantes para que você possa apresentar o desafio da atividade e promover um momento em que possam debater os aspectos a respeito de cultura e práticas de consumo que eles gostariam de abordar em seus episódios de *podcast*. Esse momento será importante, também, para que eles possam realizar agrupamentos com os colegas que, eventualmente, desejem abordar assuntos e temáticas semelhantes em seus *podcasts*.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor, a produção do *podcast*, sugerida como sistematização para esta última atividade do componente, será um dos elementos de integração da Unidade Curricular. No componente "Observatório de marketing", os estudantes irão planejar e criar canais para divulgação e compartilhamento de *podcasts* e, por esse motivo, é importante que você converse com os professores dos demais componentes de forma a organizarem de maneira articulada e concomitante todas essas produções.

Para auxiliar nesse momento, podem ser consideradas algumas questões norteadoras, tais como: ***Vocês possuem familiaridade com podcasts? Há algum programa de podcast que vocês já acompanharam, ou acompanham? Quais? Se vocês fossem planejar e criar um podcast sobre as temáticas que estudamos até agora, qual seria a abordagem? Que tipo de discussão a respeito desses assuntos vocês consideram importantes? Por quais motivos?***

Com base nas informações expostas ao longo dessa conversa, peça que os estudantes se organizem em grupos de trabalho para o planejamento e produção de podcasts a respeito dos assuntos que eles levantaram sobre cultura e práticas de consumo. Quando tiverem finalizado essa organização, como primeira etapa da produção, solicite que, em seus grupos, eles debatam e comecem a elaborar o planejamento de seus *podcasts*, elencando os recursos tecnológicos que precisarão, espaços, funções dos participantes, estrutura e modelo, textos e outros tópicos que julgarem importante serem considerados no planejamento.

SAIBA MAIS

Professor, o planejamento e produção de *podcasts* foi assunto abordado ao longo das propostas da atividade 4 do componente "Observatório de marketing". Dessa forma, para auxiliar os estudantes, você pode pedir que eles retomem as referências estudadas, e as atividades que realizaram, e busquem mais referências que os apoiem nesse momento, se necessário.

Podcast literário - Roteiro para elaboração de podcasts.
Disponível em: https://cutt.ly/mJnHhC1. Acesso em: 29 nov. 2022.

VERSÃO PRELIMINAR

Ainda, para apoiar a organização dos estudantes em seus respectivos grupos de trabalho, você pode pedir que registrem os combinados e planejamentos em um roteiro de produção, como por exemplo:

Tema e nome do programa de *podcast*	Título (mesmo que provisório) e tema que será abordado.
Integrantes do grupo e suas funções	Nomes dos integrantes do grupo e suas atribuições (redator, apresentador, convidado, editor, etc.)
Recursos necessários	Lista dos materiais analógicos e recursos tecnológicos necessários para as etapas de produção do *podcast* (pesquisas, redação de textos, gravação de áudio e/ou vídeo, edição de imagem e som, etc.).
Datas e prazos de entrega	Definição das datas e horários destinados a cada etapa da produção.
Etapas de produção	Definição de todos os passos necessários para o planejamento e produção do *podcast*.

Desenvolvimento

Semanas 18 e 19: 4 aulas

Professor, para essa etapa da atividade, a proposta é que os estudantes se reúnam em seus grupos para a execução de todas as ações previstas em seus roteiros de produção dos programas de *podcast*. Por esse motivo, é importante que, antes de coordenar os momentos de produção individuais de cada grupo, você revise com eles cada um dos planejamentos, dando o seu *feedback* e sugestões que considerar importantes para o desenvolvimento da atividade.

Quando todas essas preparações estiverem prontas, alinhe com eles todos os momentos, espaços e recursos que irão utilizar para a produção dos programas de *podcast*. Considerando os recursos tecnológicos que estiverem em seus planejamentos, viabilize, juntamente com a sua equipe escolar, o acesso dos estudantes a tais materiais. Você também pode pedir aos estudantes que realizem a produção fazendo uso de seus próprios *smartphones*, ou em um momento assíncrono. Caso nenhuma dessas possibilidades sejam viáveis, uma sugestão é pedir que, ao invés de gravar os programas de *podcast*, eles apresentem os programas em um momento “ao vivo”. Além disso, de acordo com os objetivos para o componente, essas apresentações podem ser produzidas em língua Inglesa, ou de maneira bilíngue.

Durante os momentos de produção em grupo, é importante que você circule e auxilie os estudantes em cada uma das etapas da produção, tirando dúvidas, dando *feedbacks* pontuais e oferecendo sugestões visando o melhor desempenho possível deles na atividade.

VERSÃO PRELIMINAR

Sistematização

Semana 20: 2 aulas

Professor, na etapa final desta Atividade, e do componente, os estudantes irão apresentar, compartilhar e avaliar os programas de *podcast* que elaboraram.

Portanto, tendo em vista o planejamento, a produção e os combinados realizados nas etapas anteriores dessa atividade, peça que os estudantes se dediquem à organização e à exibição dos *podcasts* de seus grupos, mobilizando os recursos digitais que forem necessários (projetor, caixas de som, lousa digital e outros recursos disponíveis em sua unidade escolar). Vale salientar que é importante que durante essa organização seja considerada também a gestão de tempo, de forma que cada grupo tenha um momento para apresentar seus *podcasts*, realizar considerações, responder questionamentos (se necessário), além de receber *feedbacks* seus e dos demais colegas. Inclusive, pode-se considerar, para esse momento final das apresentações, a retomada de fichas de avaliação, tais quais aquelas desenvolvidas e utilizadas durante a etapa de sistematização da Atividade 4.

Ao final das práticas, como sugestão, você pode organizar também um momento de encerramento, no qual os estudantes tenham a oportunidade de compartilhar e comentar sobre as experiências, impressões, aprendizagens e desafios que tiveram durante todo o percurso deste componente e da Unidade Curricular, de uma maneira geral.

VERSÃO PRELIMINAR

Componente 3

Marketing Esportivo

Duração: 30 horas

Aulas semanais: 2

Quais professores podem ministrar este componente: Educação Física

Informações gerais: O componente aborda as relações entre marketing e esporte, trazendo à tona discussões sobre os interesses que estão em jogo aos patrocínios esportivos, relações entre valores e comportamentos dos atletas e das marcas, diferenças entre patrocínios para o esporte feminino e masculino e o consumo de produtos esportivos.

Objetos de conhecimento: Análise das influências do marketing no consumo de produtos e acessórios esportivos, direcionado ao público juvenil. / Estudo e pesquisa do impacto dessas escolhas na vida desses jovens. / Reflexão sobre como essas escolhas determinam padrões de comportamento que influenciam na saúde, estética corporal, padrões de beleza, estereótipos e preconceitos. / Produção de campanhas publicitárias que incentivam o consumo consciente.

PRELIMINAR

Competência e Habilidades da Formação Geral Básica a serem aprofundadas: Competências 1 e 2.

EM13LGG101	Compreender e analisar processos de produção e circulação de discursos, nas diferentes linguagens, para fazer escolhas fundamentadas em função de interesses pessoais e coletivos.
EM13LGG102	Utilizar as diferentes linguagens, levando em conta seus funcionamentos, para a compreensão e produção de textos e discursos em diversos campos de atuação social.
EM13LGG202	Analisar interesses, relações de poder e perspectivas de mundo nos discursos das diversas práticas de linguagem (artísticas, corporais e verbais), compreendendo criticamente o modo como circulam, constituem-se e (re)produzem significação e ideologias.

Eixos Estruturantes e suas Competências e Habilidades: Investigação Científica, Processos Criativos, Empreendedorismo, Mediação e Intervenção Sociocultural.

EMIFLGG01	Investigar e analisar a organização, o funcionamento e/ou os efeitos de sentido de enunciados e discursos materializados nas diversas línguas e linguagens (imagens estáticas e em movimento; música; linguagens corporais e do movimento, entre outras), situando-os no contexto de um ou mais campos de atuação social e considerando dados e informações disponíveis em diferentes mídias.
EMIFLGG04	Reconhecer produtos e/ou processos criativos por meio de fruição, vivências e reflexão crítica sobre obras ou eventos de diferentes práticas artísticas, culturais e/ou corporais, ampliando o repertório/domínio pessoal sobre o funcionamento e os recursos da(s) língua(s) ou da(s) linguagem(ns).
EMIFLGG08	Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos e recursos das práticas de linguagem para propor ações individuais e/ou coletivas de mediação e intervenção sobre formas de interação e de atuação social, artístico-cultural ou ambiental, visando colaborar para o convívio democrático e republicano com a diversidade humana e para o cuidado com o meio ambiente.
EMIFLGG12	Desenvolver projetos pessoais ou produtivos, utilizando as práticas de linguagens socialmente relevantes, em diferentes campos de atuação, para formular propostas concretas, articuladas com o projeto de vida.

Os Eixos estruturantes de cada etapa das atividades são indicados pelos seguintes ícones:

 Investigação Científica

 Processos Criativos

 Empreendedorismo

 Mediação e Intervenção Sociocultural

Atividade 1

Introdução

Semana 1: 2 aulas

Professor, apresente o componente, sua proposta de trabalho e, em roda de conversa, deixe que os estudantes verbalizem o porquê da escolha dessa Unidade Curricular e suas expectativas até o final do percurso.

Em seguida, faça um levantamento de conhecimentos prévios e vivências que tiveram ao longo da Formação Geral Básica sobre os esportes, propagandas, produtos comercializados por imagens, vídeos e áudios de atletas e/ou modalidades esportivas. Ao longo dessa discussão, fique atento ao repertório de conhecimentos que os estudantes possuem sobre os conceitos de marketing, publicidade, anúncios, campanhas, bem como de outros conceitos da esfera publicitária.

A proposta agora é que os estudantes analisem as propagandas que seguem e relatem suas impressões.



Após observarem as propagandas respondam às questões: **Qual informação está sendo disponibilizada nas imagens? Quais atletas vocês reconhecem nas propagandas? Quais das modalidades você tem mais interesse e/ou consome**

produtos? Qual o motivo que levou a consumí-los? Na sua opinião, como as propagandas interferem na preferência de consumo das pessoas e ajudam na divulgação dos produtos? Professor disponibilize um tempo para a discussão dessas questões e peça que os estudantes anotem os principais comentários.

Desenvolvimento

Semanas 2 e 3: 4 aulas

Professor, agora converse com os estudantes sobre a história do marketing esportivo.

SAIBA MAIS

O que é Marketing Esportivo?

"O Marketing Esportivo é uma segmentação do Marketing que tem como principal função gerar oportunidades de negócios no mundo dos esportes e usar o esporte como uma ferramenta para as estratégias de Marketing."

O que é Marketing Esportivo e a sua importância? Disponível em: https://cutt.ly/S17prlG. Acesso em: 07 dez. 2022.

VERSÃO PROFESSOR

Peça para que os estudantes leiam o texto a seguir:

História do Marketing Esportivo

Isac Toledo Sobrinho Junior

A ideia do marketing esportivo não é recente, tem sido implementada por empresas há muito tempo.

Alguns fatos considerados na história do marketing esportivo:

Nos anos de 1850, um fabricante de roupas masculinas começou a patrocinar um calendário esportivo sobre a modalidade cricket.

Na década de 1870, foram estampados em cartões de tabaco algumas figuras (imagens) de jogadores de beisebol.

Logo após, em 1904, uma empresa de produtos esportivos, disponibilizou os resultados dos Jogos Olímpicos de Saint Louis em seu Manual Atlético Oficial.

Outro fato da história do marketing esportivo foi que nas primeiras competições dos Jogos Olímpicos da era moderna, uma empresa norte-americana de fotografias obteve o direito de estampar sua logomarca nas programações oficiais dos jogos em um acordo de apoio ao comitê organizador.

Em 1912 uma empresa norte-americana de alimentos começou publicar a rubrica “receitas extraordinárias” em troca por direito de imagem - fotografias das competições dos jogos olímpicos.

Em 1920, uma empresa norte-americana liderou a produção de tacos de beisebol utilizando-se de uma estratégia de marketing esportivo. Há relatos que após esse acontecimento, foram desencadeadas oportunidades de negócios no meio esportivo de todo o mundo.

A partir daí as empresas enxergaram uma oportunidade em obter mais retorno financeiro e visibilidade e surgiu o marketing esportivo com o objetivo de atrair as pessoas, aumentar o público e gerar lucros com negócios realizados nos esportes.

Texto elaborado para esse material.

Após a leitura, os estudantes irão pesquisar as marcas e as empresas que estavam ocultas no texto e observar a percepção dos fatos citados em relação à trajetória percorrida pelo marketing esportivo. Sugestão: Realize um diálogo com os estudantes para identificar os atletas que eles conhecem na atualidade e quais propagandas chamam mais atenção e porque. Solicite que verifiquem como as estratégias de marketing se modificaram ao longo do tempo.

Depois da conversa, proponha o envolvimento de todos na pesquisa de modalidades esportivas pouco conhecidas. Posteriormente, organize a sala em grupos, cada grupo deverá escolher uma dessas modalidades esportivas, e irão elaborar cartazes, folderes e/ou folhetos com frases que chamem a atenção para a modalidade com objetivo de divulgação. Seguem vídeos que podem ser usados neste momento para uma melhor reflexão sobre Marketing Esportivo.

Origem do marketing esportivo no mundo - marketing esportivo - [S.l.:s.n.], 2020. 1 vídeo (6min53seg). Publicado pelo canal NFL esportes – Disponível em: https://cutt.ly/uMIFHWg. Acesso em 17 nov. 2022.
Marketing esportivo: o que é? | **Entrelinhas Marketing** - [S.l.:s.n.], 2019. 1 vídeo (5min13seg). Publicado pelo canal Entrelinhas Marketing – Disponível em: https://cutt.ly/XMIRzxJ. Acesso em 17 nov. 2022.
O que é Marketing Esportivo? - G8 SPORTS Marketing Esportivo - [S.l.:s.n.], 2020. 1 vídeo (5min09seg). Publicado pelo canal G8 SPORTS Notícias e Marketing Esportivo – Disponível em: https://cutt.ly/1MIG6fU. Acesso em 17 nov. 2022.

Sistematização

Semana 4: 2 aulas

Para finalizar essa atividade, solicite que os estudantes apresentem seus trabalhos, socializando as dificuldades na elaboração de ideias utilizadas na divulgação da modalidade esportiva pouco conhecida. Aqueles que não demonstraram dificuldades, poderão relatar como foi o processo de criação. Após, faça a mediação de uma discussão entre os estudantes sobre os objetivos do Marketing Esportivo.

AVALIAÇÃO

Professor, aproveite o momento para observar a apropriação do estudante com o conteúdo proposto, verificar o engajamento nas pesquisas, o envolvimento na criação das atividades, nas discussões com os colegas e no desenvolvimento das habilidades **EM13LGG101, EM13LGG102, EMIFLGG01** e **EMIFLGG04.**

Atividade 2

Introdução

Semana 5: 2 aulas

Professor, inicie esta atividade com levantamento de nomes de atletas que aparecem em propagandas de produtos que os jovens costumam consumir e, a partir desse levantamento, questione a problematização das relações entre marketing e esporte. Sugestão de questões: **Por que os atletas participam de atividades publicitárias? Que interesses as marcas têm em patrocinar esportes e atletas ou convidá-los para realização de anúncios publicitários e ações de marketing? Que tipos de ações de marketing são realizadas no esporte? Comentem as diferenças sobre os investimentos de marketing dos esportes femininos e masculinos?** Professor, se aproprie de metodologias ativas que despertem o protagonismo dos estudantes. Para esse momento você pode mediar as discussões através de Roda de Conversa, Discussão em grupos, Metodologia Aquário, entre outros.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor no componente 1, *Observatório de Marketing*, ocorrerá pesquisa de textos publicitários para analisar e verificar as estratégias de campanha e os recursos linguísticos usados para convencer o público. É interessante que você converse com o professor que está à frente deste componente para fortalecer a integração.

SAIBA MAIS

Metodologia Aquário - Metodologia de conversa em grupo, em que as pessoas são colocadas em um círculo externo maior e um ao centro com 4 a 6 pessoas. No círculo maior as pessoas realizam uma escuta ativa e no círculo menor a discussão do tema tratado, para participar, precisa levantar a mão para solicitar a troca de lugar.

Desenvolvimento

Semanas 6 e 7: 4 aulas

Professor, divida os estudantes em grupos e oriente-os a realizar pesquisas e/ou estudos das principais marcas patrocinadoras esportivas, os atletas mais patrocinados nos últimos anos, as modalidades esportivas com maior visibilidade, verificar como funcionam os patrocínios e as estimativas de retorno (lucro) para os patrocinadores.

Para auxiliar na pesquisa, os grupos poderão utilizar a tabela demonstrada no exemplo:

ROTEIRO DE PESQUISA		
Marcas	Atletas	Modalidades Esportivas
Como funcionam os patrocínios:		
Estimativas de retorno (lucro):		

Com as pesquisas em mãos, oportunize que os estudantes socializem os resultados obtidos na pesquisa e discutam se há desigualdades entre atletas homens e mulheres patrocinados, assim como, quais modalidades esportivas são lucrativas e por quê.

Após a discussão sugira a leitura das reportagens que seguem:

A escancarada diferença no patrocínio de homens e mulheres. Disponível em: https://cutt.ly/rM0CwUL. Acessado em 22 nov. 2022.

Premiações se aproximam, mas patrocínios ainda valorizam mais os homens que as mulheres. Disponível em: https://cutt.ly/TM01iYd. Acessado em 22 nov. 2022.

VERSÃO PRELIMINAR

Veja quem são os 50 atletas mais bem pagos do mundo. Disponível em: https://cutt.ly/zM76iy3. Acessado em 23 nov. 2022.

Agora, com base nos dados apresentados nas reportagens, possibilite uma nova discussão e observe as seguintes questões: **Quais são as diferenças de valorização entre homens e mulheres e em quais situações foram apresentadas? Em relação aos atletas mais bem pagos, quantas mulheres estavam na lista e em que posições as mulheres se encontravam? Porque existem diferenças na valorização de atletas do sexo masculino e feminino?** Neste momento os estudantes irão associar as informações presentes nas reportagens com os comentários destacados na discussão anterior e verificar se as ideias estavam compatíveis ou se houveram novas percepções.

SAIBA MAIS

A TRANSFORMAÇÃO DO ESPORTE EM ESPETÁCULO TELEVISIVO

O esporte, atualmente, faz parte de uma vasta indústria do entretenimento/lazer, com grande impacto econômico, e transformou-se em um negócio com profundas implicações ideológicas, políticas e pedagógicas. Estima-se que a chamada "indústria esportiva" movimente em torno de US$ 1 bilhão por dia em todo o mundo. As mídias, com destaque para a televisão, desempenham papel decisivo nesse processo, cujo início coincide com a constatação da capacidade que tem o esporte de atrair espectadores. A partir do momento em que alguém se dispôs a pagar para assistir a um evento esportivo, abriu-se caminho para o financiamento do esporte profissional.

Fonte: Material de Apoio ao Currículo do Estado São Paulo - Caderno do Professor de Educação Física, 2ª Série - Volume 2, 2014 - 2017.

Sistematização

Semana 8: 2 aulas

Professor, para finalizar a atividade faça com que os estudantes reflitam sobre a existência de um filão mercadológico (uma fatia de mercado) bastante importante para o marketing esportivo, principalmente que está presente no futebol, pois essa modalidade movimenta grandes volumes de investimentos no

Brasil e no Mundo. Aproveite para fazê-los observar se o futebol feminino tem as mesmas condições de investimentos. Seguem textos que podem auxiliar sobre as questões do marketing esportivo e os investimentos no futebol feminino:

Receitas de clubes de futebol da Série A crescem 1% em três anos e somam R$ 6,6 bilhões. Disponível em: https://cutt.ly/41eNniu. Acessado em 24 nov. 2022.

Futebol brasileiro já vislumbra maiores investimentos de empresários americanos. Disponível em: https://cutt.ly/h1eVPf2. Acessado em 24 nov. 2022.

Por que o futebol brasileiro entrou no radar do investidor. Disponível em: https://cutt.ly/F1eBheg. Acessado em 24 nov. 2022.

Investimentos no futebol feminino movimentam esporte e transformam vidas. Disponível em: https://cutt.ly/u1eGOSH. Acessado em 24 nov. 2022.

Investimento de patrocinadores evidencia crescimento do futebol feminino no Brasil. Disponível em: https://cutt.ly/11eKxIm. Acessado em 24 nov. 2022.

AVALIAÇÃO

Professor, observe a atuação dos estudantes na busca das informações solicitadas, o engajamento, as interações e as reflexões ocorridas nas discussões do tema proposto. Espera-se que os estudantes desenvolvam as habilidades **EM13LGG101, EM13LGG102** e **EM13LGG202.**

VERSÃO PRELIMINAR

Atividade 3

Introdução

Semana 9: 2 aulas

Professor, a Atividade 3 tem como foco as discussões sobre igualdade de gênero, polêmicas que envolvem o marketing esportivo, o combate a estereótipos e preconceitos, bem como os cancelamentos de patrocínios e propagandas publicitárias a jogadores com comportamento não alinhados aos valores democráticos e aos direitos humanos. Durante a realização dessa atividade, atente-se para o envolvimento dos estudantes, incentive-os a argumentar seus posicionamentos e utilize de questões norteadoras que despertem o senso crítico deles, por exemplo: **No percurso desenvolvido até aqui, de que maneira o marketing esportivo pode ser utilizado como ferramenta de combate a**

estereótipos e preconceitos? A influência de atletas sobre a torcida é positiva ou negativa? Por que?

Inicie a atividade apresentando aos estudantes quais serão as temáticas abordadas. Disponibilize a reportagem sobre a polêmica envolvendo ações da jogadora de futebol Marta durante a Copa do Mundo Feminina do Futebol de 2019, conforme comentado pela mídia como na matéria: **Marta pode ter quebrado regra da FIFA no último jogo do Brasil.** Disponível em: https://cutt.ly/U1cnwxm. Acesso em: 24 nov. 2022.

Após a leitura, proporcione a realização de um debate entre a turma, sendo um grupo formado apenas pelos meninos e outro apenas pelas meninas. O objetivo é problematizar com os estudantes se o fato de serem meninos ou meninas pode afetar o modo como enxergam as diferenças de tratamento da publicidade em relação ao futebol feminino e ao masculino.

Segue como sugestão outras reportagens que podem auxiliar no embasamento dessas discussões:

Em Copa marcada pela luta contra a discriminação, Marta sobe tom ao pedir por igualdade. Disponível em: https://cutt.ly/U1cnmEP. Acesso em: 24 nov. 2022.

O país de um futebol. Disponível em: https://cutt.ly/O1cn931. Acesso em: 24 nov. 2022.

SAIBA MAIS
Debate Saudável
Os debates têm como objetivo trocar ideias e defender pontos de vista através de argumentos que se baseiam em fatos, dados e informações confiáveis. Além disso, proporcionam a ampliação de conhecimento sobre o tema debatido. Para que um debate seja saudável é fundamental estabelecer regras como: tempo para cada um falar, se haverá direito (ou não) à réplica e/ou tréplica e quais serão as "penalidades" que podem ser aplicadas aos que desrespeitarem as normas, por exemplo. É imprescindível o **RESPEITO** entre os participantes, para isso professor, deixe claro que muitas opiniões podem divergir, que o estudante pode discordar de determinados posicionamentos e que é através de seus argumentos que poderá haver um olhar diferente sobre a temática. Faça intervenções

necessárias que possibilitem a fluência e o bom funcionamento do debate. Procure ser neutro em seus comentários e instigue a participação de todos.
Bom debate!

Desenvolvimento

Semanas 10 e 11: 4 aulas

Professor, relembre com os estudantes os pontos mais importantes que foram discutidos durante o debate com objetivo de retomar o que foi aprendido e dar suporte ao aprofundamento de novas reflexões sobre a temática. Após esse feedback, apresente aos estudantes o vídeo de divulgação da exposição Contra Ataque, realizada pelo Museu do Futebol em 2019. **CONTRA-ATAQUE!**

As Mulheres do Futebol. Disponível em https://cutt.ly/41m2cKB. Acessado em 28 nov. 2022.

Pergunte então, quais foram as impressões que tiveram após a apreciação do vídeo e reserve um tempo para que se expressem. Em seguida, divida a turma em 5 Times e solicite para que cada equipe realize a escuta de 3 episódios do **Audioguia Mulheres do Futebol**, produzido pelo Museu do Futebol. (conforme sugerido na tabela). Playlist disponível em: https://cutt.ly/q1m9bnQ. Acessado em 28 nov. 2022.

Time 1	Episódio 1: Sobre o Museu Episódio 2: Grande Área Episódio 3: Pé na Bola
Time 2	Episódio 4: Anjos Barrocos Episódio 5: Gols e rádios Episódio 6: Sala Exaltação
Time 3	Episódio 7: Origens Episódio 8: Sala Heróis Episódio 9: Rito de Passagem
Time 4	Episódio 10: Copas Episódio 11: Pelé & Garrincha Episódio 12: Números e curiosidades

VERSÃO PRELIMINAR

Time 5	Episódio 13: Dança de Futebol Episódio 14: Jogo de Corpo Episódio 15: Homenagem ao Pacaembu

Após a escuta desses audioguias, que tiveram como finalidade instruir e promover a exposição Contra-Ataque presente no Museu do Futebol, oriente que cada time, inspirado nos guias, crie estratégias de marketing para romper com a desigualdade de investimentos de marketing no futebol feminino, por meio da criação e customização de camisetas, símbolos para os calçados, bandeiras etc. Esclareça que esses símbolos devem demonstrar alguma forma de protesto e conscientização sobre desigualdades e/ou discriminação e informe que esses símbolos serão usados durante a experimentação dos jogos de futebol na próxima aula.

Chegou a hora do jogo! Elabore junto com os estudantes atividades de aprendizagem de habilidades de futebol que sejam inclusivas e participativas para todos, principalmente para que aqueles jogadores com menos habilidade não se sintam constrangidos em participar. Invista em atividades recreativas e cooperativas. Esse será também o momento para que os estudantes socializem os símbolos criados na aula anterior.

Sistematização

Semana 12: 2 aulas

Professor, para a finalização dessa atividade, sugerimos a **Metodologia ativa Sala de Aula Invertida**. Inicialmente a turma deverá ser dividida em pequenos grupos, organizados a seu critério. Faça a leitura compartilhada do texto a seguir e oriente os estudantes para que façam anotações em seu caderno.

VERSÃO PRELIMINAR

Gestão da Imagem no Esporte

Viviane de Aguiar Machado

Sabemos que os atletas são pessoas públicas, vistos como exemplo por muitos, inclusive em alguns momentos até como super-heróis, pelas proezas que fazem. Sendo assim, é fundamental que um atleta zele por sua imagem pessoal e que suas atitudes estejam alinhadas com os princípios do esporte.

Valores como: ética, comprometimento, dedicação, foco, liderança, tolerância, disciplina, dentre outros, são associados também com a imagem pessoal de um atleta, pois significam valores que desejam transmitir e que inspiram o público que acompanha sua trajetória e/ou sua modalidade.

Sendo assim, você sabia que existem várias empresas que oferecem como serviço a Gestão da Imagem do atleta? Esse é um serviço de marketing pessoal, que ajuda o atleta a administrar sua imagem assim como a de uma marca, que precisa ser divulgada e reconhecida para chamar a atenção do público. Atletas que possuem má conduta, mesmo sendo de alto nível técnico, ofuscam grandes marcas e empresas por atitudes inadequadas, afetando sua carreira profissional.

Texto elaborado para esse material.

Após o texto, questione sobre o que os estudantes consideram ser atitudes de êxito dentro do mundo esportivo, ressaltando quais os valores, sentidos e benefícios advindos da prática esportiva.

A partir daí, disponibilize algumas reportagens que tratam de casos de atletas que perderam patrocínios e contratos com clubes e/ou empresas patrocinadoras por terem apresentado comportamentos não alinhados aos valores democráticos e aos direitos humanos.

TAMANHO MÍNIMO DE 2 X 2 CM

Casos descritos em reportagem da Revista Exame, **11 atletas que perderam patrocinadores após escândalos.** Disponível em: https://cutt.ly/o1m3pca. Acessado em 28 nov. 2022.

Cancelamento e afastamento de Maurício Souza: preconceito ou opinião? Disponível em https://cutt.ly/Z1m4eUT. Acessado em 28 nov. 2022.

TAMANHO MÍNIMO DE 2 X 2 CM

Caso Neymar - **Nike e Neymar rompem contrato de patrocínio de US$ 105 milhões.** Disponível em: https://cutt.ly/O1m49JY. Acessado em 28 nov. 2022.

VERSÃO PRELIMINAR

Tendo em mente os parâmetros de quais valores são advindos do mundo esportivo e como a figura do atleta acaba se tornando um grande exemplo de cidadão “determinado, persistente e disciplinado,etc” solicite que cada grupo realize comparações entre o que se espera como condutas morais e éticas para os atletas e de certa forma também os treinadores, e as condutas que foram apresentadas nas reportagens. Após as discussões realizadas, cada grupo deverá socializar quais foram as reflexões que fizeram e os pontos analisados. Aproveite esse momento para realizar intervenções e instigar os estudantes ao combate de atitudes que são consideradas desrespeitosas, inclusive no ambiente escolar, e como estas condutas podem trazer consequências negativas.

Após esse movimento, com os mesmos grupos, sugere-se como trabalho de avaliação, a criação de uma pequena campanha publicitária através do esporte, que pode ser realizada através de cartazes, panfletos ou folders, com o objetivo de combater qualquer tipo de estereótipos e/ou preconceitos, utilizando como embasamento os valores do mundo esportivo.

AVALIAÇÃO

Professor, observe nesse momento se todos os estudantes estão engajados tanto nas pesquisas, quanto na leitura e discussões realizadas. É muito importante estar atento durante a atividade para motivar e engajar os estudantes que estiverem mais dispersos. Para isso, utilize de questionamentos que os conduzam à aprendizagem. Também incentive-os em suas criações para a campanha publicitária através do esporte, de acordo com a habilidade **EMIFLGG12.**

Atividade 4

Introdução

Semana 13: 2 aulas

Professor, espera-se que neste momento seja possível realizar vivências práticas, agregadas às discussões sobre marketing esportivo. Para tal, organize uma partida de futebol, com 4 equipes, em que 2 equipes realizam o jogo de futebol propriamente dito e as outras 2 equipes organizam a publicidade da partida. Distribua as funções entre as equipes que irão fazer a publicidade: uma equipe ficará responsável por criar cartazes publicitários que serão fixados nos jogos e a outra equipe ficará responsável por elaborar anúncios publicitários para os momentos de intervalos. Direcione que as campanhas tragam temas como saúde,

estética corporal e padrões de beleza, estereótipos e preconceitos, destacando que essas produções têm por objetivo incentivar o consumo consciente. Para dar início, oriente que os estudantes leiam o texto abaixo e pesquisem: como são realizadas as criações de marketing nos esportes e quais os propósitos das propagandas e dos anúncios disponibilizados nas mídias sociais e na internet?

Marketing Esportivo

Isac Toledo Sobrinho Junior

O que é?

É a utilização do esporte como oportunidade de negócios e divulgação.

Para que serve?

O marketing esportivo se utiliza dos esportes ou eventos de forma a oferecer para o público, a demonstração, promoção e distribuição de produtos.

Cada vez mais observa-se um sucesso de investimento em produtos oferecidos e vendidos no meio esportivo. Esse aumento é visível nas contratações de atletas e nos patrocínios de grandes marcas e empresas de diferentes ramos de negócios sendo inseridos neste contexto dos esportes.

O marketing no esporte tem grande popularidade, isso fica nítido no consumo intenso dos produtos divulgados e no lucro das empresas com eles.

O marketing tem a função de atrair e reter a atenção, toda a estratégia utilizada visa conectar o produto com o público. Utiliza-se de diversos meios para que isso aconteça e uma variedade de plataformas, como a publicidade na TV, em cartazes, outdoors, mídias sociais, nos uniformes dos atletas e as propagandas impressas, como folders e panfletos, entre outros. As estratégias do marketing não são simplesmente criar algo com fim em si mesmo, tudo é planejado e observado nos mínimos detalhes. Alguns pontos cruciais são: se a frase vai causar alguma emoção ou impactar o público; se as cores que estão envolvidas vão chamar a atenção; verificar se o atleta, clube ou equipe escolhidos são os mais adequados para divulgação do produto; observar quando e qual o momento é mais adequado para a divulgação; e o mais importante, projetar se o que espera investir trará retorno financeiro.

Texto elaborado para esse material.

VERSÃO PRELIMINAR

Dá para ver que não é fácil produzir uma propaganda pois há muitos detalhes envolvidos, mas podemos dar início a criações pequenas, para isso oriente que os estudantes pesquisem e observem as grandes empresas e marcas que patrocinam os clubes e atletas, como descrito no início desta atividade, lembrando dos temas propostos que são: saúde, estética corporal e padrões de beleza, estereótipos e preconceitos, produções que incentivam o consumo consciente. Após os estudantes realizarem a leitura e as pesquisas, disponibilize

um tempo para discussão, com o objetivo de apoiá-los a ampliar conhecimentos sobre as relações entre marketing e esporte no mundo contemporâneo.

Para auxiliar, seguem algumas reportagens sobre o Marketing Esportivo e um vídeo demonstrando a ação publicitária de uma empresa aérea.

Você sabe o que é o Marketing Esportivo e sua importância? Disponível em: https://cutt.ly/l1veDNO. Acessado em 28 nov. 2022.
Marketing esportivo: O que é, quanto ganha + 4 exemplos de sucesso. Disponível em: https://cutt.ly/B1vrAf6. Acessado em 28 nov. 2022.
O marketing esportivo como estratégia de sucesso. Disponível em: https://cutt.ly/n1vr86o. Acessado em 28 nov. 2022.
Benfica Vídeo de segurança | companhia aérea Emirates. Disponível em: https://cutt.ly/41Qtg3C**.** Acessado em 28 nov. 2022.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor no **componente 1**, *Observatório de Marketing,* irá suceder a análise de campanhas publicitárias em que os estudantes observaram os recursos linguísticos usados e seus efeitos de sentido.
No **componente 2**, *Cultura de Consumo,* irão desenvolver pesquisa e investigação científica sobre a cultura de consumo no Brasil, em comparação com outros países. É interessante que você converse com o professor que está à frente destes componentes para fortalecer a integração.

Desenvolvimento

Semanas 14 e 15: 4 aulas

Agora é hora da produção, solicite que os estudantes das equipes que irão jogar futebol interajam e compartilhem ideias com os encarregados pela

elaboração da campanha publicitária, garantindo o envolvimento de todos nos momentos de criação. Utilize materiais disponíveis na unidade escolar e observe os materiais disponibilizados nas atividades anteriores para que possam auxiliar na produção dessa campanha. Auxilie-os a conversarem e a criarem mensagens de impacto. Na produção de propagandas visuais, recomenda-se utilizar fotos dos estudantes que irão participar do jogo para elaboração desses materiais publicitários. Tendo como base os vídeos a seguir solicite que os estudantes identifiquem e verifiquem nas propagandas: as localizações que serão expostas, as cores, as fontes de letras mais utilizadas, a fim de alcançar maior atenção e visibilidade. Peça também que eles investiguem nos jogos oficiais, os momentos no qual os locutores ou auxiliares de locução, fazem as chamadas das propagandas sonoras. Disponibilize acesso a mídias que ajudarão nas diversas formas de divulgação da campanha. Incentive a criação de estratégias que impactam e atraem a atenção do público em questão, de acordo com a sugestão de temas: saúde, estética corporal e padrões de beleza, estereótipos e preconceitos, produções que incentivam o consumo consciente.

Proponha que os estudantes realizem a divulgação de promoção do jogo e seus patrocinadores (antes do jogo), as propagandas e mensagens publicitárias (durante o jogo), os agradecimentos de todos os envolvidos na viabilização do jogo e de sua campanha (após o jogo).

Outra sugestão é a de assistir alguns momentos de jogos de futsal e futebol de campo profissionais para verificar os momentos de atuação das propagandas sonoras e audiovisuais e os locais onde são colocados em quadra ou campo as divulgações visuais.

Futsal: **JOGO COMPLETO Magnus 5x1 Corinthians | 14ª Rodada | LNF 2020 (31/10/2020)** - [S.l.:s.n.], 2020. 1 vídeo (1h29min32seg). Publicado pelo canal TV Futsal HD - Disponível em: https://cutt.ly/V1WikDF. Acesso em 29 nov. 2022.

No vídeo há vários episódios de locução de propagandas, indica-se os tempos: 08min10seg a 8min55seg, 12min09seg a 12min45seg, 23min20seg a 23min40seg. Atente-se também às propagandas presentes nas camisetas dos jogadores e arbitragem, como também os elementos publicitários dispostos na quadra.

Futebol de campo: **Palmeiras x São Paulo (Campeonato Paulista 2022 Final; Jogo 2)** - [S.l.:s.n.], 2022. 1 vídeo (2h13min09seg). Publicado pelo canal SEP VIDEOS II - Disponível em: https://cutt.ly/D1Wh7pX. Acesso em 29 nov. 2022.

Neste último vídeo foca-se no tempo de 30min30seg até 31min50seg em que se destaca uma campanha publicitária importante, aparece o resultado do jogo junto à logomarca de uma empresa e uma propaganda publicitária. Chame a atenção dos estudantes para observarem que as propagandas aparecem nos uniformes

VERSÃO PRELIMINAR

dos jogadores e da arbitragem e durante a partida nas placas laterais e de fundo do campo, bem como espalhadas por toda a arquibancada.

SAIBA MAIS

Imagens de campanhas e propagandas publicitárias. Disponível em: Imagens de propagandas.pdf. Acesso em 07 de dez. 2022.

Dica disponibilizado no site: O objetivo do marketing esportivo é fazer a conexão entre a paixão e o entretenimento – para, a partir daí, gerar os resultados que a empresa espera colher. 👇

Marketing esportivo: será que você está apostando na estratégia correta? Disponível em: https://cutt.ly/t1Qm6EK. Acessado em 29 nov. 2022.

Dia da Consciência Negra - [S.l.:s.n.], 2021. 1 vídeo (1min12seg). Publicado pelo canal Sport Club Internacional - Disponível em: https://cutt.ly/s1Q2CqP. Acesso em 29 nov. 2022.

Nada pode parar a gente - [S.l.:s.n.], 2020. 1 vídeo (1min). Publicado pelo canal Nike do Brasil - Disponível em: https://cutt.ly/W1Q643P. Acessado em 29 nov. 2022.

Campanhas que agitaram o mundo do esporte - [S.l.:s.n.], 2018. 1 vídeo (6min47seg). Publicado pelo canal Máquina do Esporte - Disponível em: https://cutt.ly/K1WeUYe. Acessado em 29 nov. 2022

Sistematização

Semana 16: 2 aulas

Neste momento, a fim de finalizar a atividade, organize uma roda de conversa para que os estudantes, divididos em grupos conforme as aulas anteriores, analisem, anotem e socializem os pontos negativos e positivos encontrados na produção de uma campanha publicitária com os temas: saúde,

estética corporal e padrões de beleza, estereótipos e preconceitos, produções que incentivam o consumo consciente.

Reflita com os estudantes as ações de marketing envolvidas no jogo de futebol e se essas ações poderiam ser utilizadas em outras modalidades esportivas.

AVALIAÇÃO

Professor, para a necessidade de observação e avaliação em processo durante a atividade de experimentação, visualize como os estudantes planejaram discussões sobre as relações entre marketing esportivo e futebol, a fim de avaliar o desenvolvimento das habilidades **EM13LGG101**, **EMIFLGG04 e EMIFLGG08.** E quais as estratégias utilizadas para atingir a proposta desta atividade.

Atividade 5

Introdução

Semana 17: 2 aulas

Professor, chegou o momento de concretizar e consolidar todos os aprendizados obtidos nesse percurso. Para isso, sugere-se que os estudantes criem um podcast, que tenha como objetivo principal o marketing esportivo sobre os seguintes temas: racismo, homofobia, desigualdade de gênero e o capacitismo.

Pautados em todas as discussões que tiveram nas atividades anteriores, oriente para que construam um roteiro com o objetivo de organizar o trabalho e elencar quais serão os pontos principais que deverão ser abordados nesse podcast. Vale ressaltar que os símbolos e cartazes criados durante a Atividade 3 podem ser utilizados como imagem ilustrativa.

Para iniciar a criação do podcast, oriente que os estudantes realizem pesquisas sobre os temas citados para essa atividade e discutam as que serão trabalhadas e que trará maior benefício para a comunidade escolar.

Seguem recomendações de materiais e vídeos para apoiar esse início de atividade.

VERSÃO PRELIM

Primeira Pele: Projeto reúne atletas negros para combater o racismo no esporte - [S.l.:s.n.], 2021. 1 vídeo (4min14seg). Publicado pelo canal TV Cultura - Disponível em: https://cutt.ly/Z1TgtRA. Acesso em 30 nov. 2022.

A importância da prática esportiva por pessoas com deficiência no Brasil - [S.l.:s.n.], 2021. 1 vídeo (10min22seg). Publicado pelo canal Aprendi com o Papai - Disponível em: https://cutt.ly/k1Tow2Q. Acesso em 30 nov. 2022.

A igualdade de gêneros é antes de tudo um direito humano - [S.l.:s.n.], 2016. 1 vídeo (3min24seg). Publicado pelo canal TV Globo - Disponível em: https://cutt.ly/M1TdRWz. Acesso em 30 nov. 2022.

Desenvolvimento

Semanas 18 e 19: 4 aulas

Professor, dedique as próximas aulas à criação, organização do roteiro, estudos e gravação dos podcasts. Nesse momento, seu apoio com o intuito de direcionar as ideias dos estudantes é de grande valia. Esteja atento para acompanhar o envolvimento de todos, bem como orientar as produções garantindo o desenvolvimento de habilidades. O tempo de criação é uma grande oportunidade para aprofundar o protagonismo e a autonomia dos estudantes, aproveite para incentivá-los e valorizar o trabalho que estão realizando.

Solicite que os estudantes apresentem o que foi produzido até a ocasião, apontando possíveis correções e instigando o aprofundamento do trabalho. Faça questionamentos como: **A linguagem falada está clara ao público? Por que? Os pontos abordados sobre a temática escolhida deverão conscientizar sobre o que? Qual impacto vocês pretendem causar em quem ouvirá seu podcast?** O intuito aqui é promover uma avaliação do trabalho que está sendo produzido por parte do estudante, que ele seja capaz de analisar suas ações e as do grupo buscando garantir qualidade em seu trabalho.

VERSÃO PRELIMINAR

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor no **componente 1**, *Observatório de Marketing,* terá como produto final a criação de um podcast com episódios que reúnam as discussões realizadas nos demais componentes.Também nesse componente, os estudantes serão orientados em como criar um roteiro para a gravação do podcast.

No **componente 2**, *Cultura de Consumo,* irão propor o podcast que discuta de que modo a cultura estrangeira influencia o consumo local.
Componente 4, *Efeitos, trilhas e estratégias sonoras,* explorar a linguagem musical em podcast, com os demais componentes.
É interessante que você converse com os professores que estão à frente destes componentes para fortalecer a integração.

SAIBA MAIS

LEITE, Sandra Maira Siqueira Naves et al. *O patrocínio esportivo sob a perspectiva de gênero: empresas patrocinadoras de equipes de voleibol.* **Escola Superior de Propaganda e Marketing,** 2019. Disponível em https://cutt.ly/71TvREt. Acesso em 30 nov. 2022.

DE MELO, Victor Andrade. *Esporte, propaganda e publicidade no Rio de Janeiro da transição dos séculos XIX e XX*. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 29, n. 3, 2008. Disponível em: https://cutt.ly/D1Tmi06. Acesso em 30 nov. 2022.

Lugar de mulher é onde ela quiser. Disponível em: https://cutt.ly/T1TQl9L. Acesso em 30 nov. 2022.

Sistematização

Semana 20: 2 aulas

Professor, organize a apresentação dos podcasts conforme as condições disponíveis na escola. Inicialmente podem ser apresentados somente para a turma e posteriormente para toda escola. É importante que essa ação esteja alinhada entre todos os componentes da unidade curricular. Outra maneira interessante de apresentação é a divulgação nos grupos de Whatsapp da escola e redes sociais. Havendo a possibilidade, solicite que os estudantes enviem um formulário online para verificar as impressões do público, obtendo um feedback do trabalho realizado. Após a escuta dos podcasts, realize uma roda de conversa a fim de que os estudantes analisem todos os trabalhos e possam também realizar uma autoavaliação sobre o processo de aprendizagem. Por meio de indagações, resgate com os estudantes os conhecimentos adquiridos durante a unidade curricular apontando pontos positivos e negativos vivenciados em sua trajetória.

Destaque quais foram as habilidades desenvolvidas e o que se espera que tenham aprendido, a fim de terem consciência sobre seu papel no processo de aprendizagem.

AVALIAÇÃO

Professor, verifique como foi o envolvimento e engajamento dos estudantes durante toda a trajetória da unidade curricular. Aponte quais foram as evoluções que tiveram dando *feedbacks* sobre as atividades realizadas. A proposta apresentada nessa atividade potencializa o desenvolvimento das habilidades **EM13LGG102, EMIFLGG08** e **EMIFLGG12.**

VERSÃO PRELIMINAR

Componente 4
Efeitos, trilhas e estratégias sonoras

Duração: 30 horas

Aulas semanais: 2

Quais professores podem ministrar este componente: Arte, Língua Portuguesa ou Língua Inglesa.

Informações gerais:

Neste componente, o estudante irá investigar e vivenciar a produção e a circulação dos discursos publicitários a partir das criações sonoras e como, estas são elaboradas pensando no público a que se quer atingir. Por meio de audições, experimentações e vivências, os estudantes entrarão em contato com estratégias para criação sonora em diferentes plataformas e suportes, assim como, os profissionais envolvidos em sua elaboração.

Objetos de conhecimento: Contextos e práticas: Análise, reflexão e criação de jingles, campanhas publicitárias e comerciais; Elementos da linguagem: Compreensão, seleção e mobilização dos elementos da música: melodia, harmonia e ritmo; Elementos da linguagem: experimentação do som como ferramenta de comunicação - voz humana, instrumentos musicais, percussão corporal, sons mecânicos; Processos de criação: Criação e produção de jingles, composições, spot, músicas de campanha e ideias musicais.

Competência e Habilidades da Formação Geral Básica a serem aprofundadas: Competências 3 e 6.

EM13LGG302	Posicionar-se criticamente diante de diversas visões de mundo presentes nos discursos em diferentes linguagens, levando em conta seus contextos de produção e circulação.
EM13LGG604	Relacionar as práticas artísticas às diferentes dimensões da vida social, cultural, política e econômica e identificar o processo de construção histórica dessas práticas.

Eixos Estruturantes e suas Competências e Habilidades: Processos Criativos e Empreendedorismo.

EMIFCG04	Reconhecer e analisar diferentes manifestações criativas, artísticas e culturais, por meio de vivências presenciais e virtuais que ampliem a visão de mundo, sensibilidade, criticidade e criatividade.

AO PRELIMINAR

EMIFCG11	Utilizar estratégias de planejamento, organização e empreendedorismo para estabelecer e adaptar metas, identificar caminhos, mobilizar apoios e recursos, para realizar projetos pessoais e produtivos com foco, persistência e efetividade.
EMIFLGG05	Selecionar e mobilizar intencionalmente, em um ou mais campos de atuação social, recursos criativos de diferentes línguas e linguagens (imagens estáticas e em movimento; música, linguagens corporais e do movimento, entre outras), para participar de projetos e/ou processos criativos.
EMIFLGG11	Selecionar e mobilizar intencionalmente conhecimentos e recursos das práticas de linguagem para desenvolver um projeto pessoal ou um empreendimento produtivo.

Os Eixos estruturantes de cada etapa das atividades são indicados pelos seguintes ícones:

Investigação Científica

Processos Criativos

Empreendedorismo

Mediação e Intervenção Sociocultural

Atividade 1

Introdução

Semana 1: 2 aulas

Professor, para esse primeiro momento, é interessante apresentar aos estudantes a Unidade Curricular, os objetivos e as propostas que serão desenvolvidas. Como esse componente trabalha diretamente com a música, caso em sua sala tenha algum estudante com deficiência auditiva, peça que a cada experimentação e/ou explicação, os estudantes se atentem a isso, possibilitando a ele, recursos táteis e/ou visuais. Essa orientação serve para qualquer outra deficiência, na qual seja necessária alguma intervenção para que o estudante possa participar ativamente das atividades.

Inicie a proposta fazendo um levantamento com a turma sobre as expectativas para este componente curricular, assim como: ***Quais são as familiaridades dos***

jovens com a linguagem musical? A linguagem musical conversa com o Projeto de Vida dos estudantes? De que forma a música tem impacto na vida dos estudantes? Tocam algum instrumento, compõem músicas? Quais as preferências musicais? Quais plataformas (analógicas e virtuais) utilizam, como se relacionam com elas, e para que as utilizam? É interessante também investigar como percebem a música presente nos diferentes espaços, sejam digitais ou analógicos.

Registre as respostas dos estudantes em um painel (pode ser a lousa, um *flipchart* ou um painel digital) e em seguida promova uma reflexão coletiva sobre como a música aparece nas respostas. Dê contorno à discussão, de modo que os estudantes compreendam que a música está presente não apenas em forma de entretenimento, mas também informando sobre algum assunto, como no caso das campanhas publicitárias, na qual ela aparece com um teor informativo, ou seja, descrevendo os valores e características do produto ou marca.

Desenvolvimento

Semanas 2 e 3: 4 aulas

O uso da tecnologia modificou a nossa relação com a música. Diante disso, divida a turma para uma experimentação com aplicativos de áudio. Sugerimos dois aplicativos para celular de simples manuseio, como *walkband* e *n-track studio, mas os estudantes podem* pesquisar outros aplicativos ou sites que permitam a utilização gratuita dos recursos de áudio.

Depois desse primeiro momento de experimentação, individualmente ou em grupos, solicite que eles criem pequenas composições e apresentem aos colegas, explicando como foi o processo de criação e como funcionam os recursos de cada plataforma utilizada.

Agora, oriente os estudantes a pesquisarem formas de construção de instrumentos musicais com materiais reutilizáveis, a partir da metodologia ***Cultura Maker*.** Após a confecção, peça que explorem os sons desses instrumentos, de forma a produzir sons harmônicos e não apenas ruídos na criação das composições, mesmo que para isso, eles utilizem afinadores, como alguns aplicativos disponíveis. Depois, peça aos estudantes que apresentem suas composições para a turma.

Finalize essas atividades, pontuando as diferenças entre uma produção musical com uso da tecnologia e outra com materiais reutilizáveis.

VERSÃO PRELIMINAR

SAIBA MAIS

Sugestão de vídeos para produção de instrumentos: **Música sustentável: instrumentos feitos de materiais recicláveis** - Disponível em: https://cutt.ly/7Af38Z8 Acesso em 08 dez. 2022.

Pandeiro top de papelão - Disponível em: https://cutt.ly/iAf8E4M Acesso em 08 dez. 2022.

Como fazer um bongô de lata e pele de garrafa pet - Disponível em: https://cutt.ly/5Af82SC Acesso em 08 dez. 2022.

Como fazer um tambor com fita adesiva - Disponível em: https://cutt.ly/lAf4fiZ Acesso em 08 dez. 2022.

Nesta página, você pode encontrar diversos materiais para subsidiar tanto suas aulas quanto informações adicionais para as discussões em grupos. **Livros didáticos. Projeto Guri.** Disponível em: http://www.projetoguri.org.br/livros-didaticos/ acesso em 08 dez. 2022.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor, no *C1 - Observatório de Marketing* os estudantes trabalharão com a questão do poder do marketing em suas tomadas de decisões. Aproveite esse momento para analisar como as músicas que eles ouvem, podem e são utilizadas pelo marketing e sua intencionalidade.

Sistematização

Semana 4: 2 aulas

Proponha mais uma experimentação, agora misturando os grupos e criando outra composição com a junção dos instrumentos reciclados e o uso dos aplicativos. Peça que os estudantes planejem como será essa junção, quais os sons terão mais destaque e que registrem, como será a escrita dessa composição sonora.
Organize um momento para que eles possam produzir essa música e compartilhar com os demais estudantes da turma. Ao final, peça que cada grupo explique como foi o processo de criação, os recursos utilizados e como chegaram a esse produto.

AVALIAÇÃO

Para essa atividade, sugerimos que resgate a habilidade EMIFLGG05, avaliando como se deu a seleção dos recursos, assim como, a diversidade de elementos para as produções sonoras e a habilidade EM13LGG302 na questão das diferentes plataformas sonoras pesquisadas.

Atividade 2

Introdução

Semana 5: 2 aulas

Converse com os estudantes sobre seu conhecimento no campo musical - ***O que eles entendem por timbre, duração e intensidade, termos tão utilizados na linguagem musical? Como eles identificam a harmonia, melodia e ritmo em uma música?***

Durante a conversa, retome e anote no painel pontos importantes que podem levantar outros questionamentos ou que estejam diretamente ligados aos objetos de conhecimento deste componente, criando até mesmo um glossário sobre os termos que forem aparecendo no decorrer das atividades.

Solicite que cada estudante anote os sons que ele está ouvindo, na sala de aula, em uma folha de sulfite (como se fosse uma lista). Peça que ele preste atenção aos mínimos detalhes sonoros.
Depois peça que anote ao lado de cada som, quais são sons A (agudo) e G (grave). Peça que refaça essa lista reordenando os sons do mais agudo (no alto da folha) e vai descendo até o mais grave (na parte de baixo da folha). Em continuidade, peça que anotem ao lado quais desses sons são da natureza, produzidos pelo homem ou produzidos por máquinas.

VERSÃO PRELIMINAR

Desenvolvimento

Semanas 6 e 7: 4 aulas

Agora faremos um momento para resgatar alguns desses elementos sonoros, a partir de vozes humanas (soprano, tenor, contralto e barítono). Sugerimos alguns vídeos, mas você pode escolher outros mais adequados à sua realidade.

Altura do som - sons graves e sons agudos

Soprano: **The Magic Flute. Queen of the night aria.** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YuBeBjqKSGQ acesso em 08 dez. 2022.

Barítono: **Il barbieri di siviglia.** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TKDXr_fimQ8 acesso em 08 dez. 2022.

Contralto: **Real contralto. Clara Butt.** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=R7XL2AVbS18 acesso em 08 dez. 2022.

Tenor: **Thiago Aracan - Bella Ciao.** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cHO8UuD9zxk acesso em 08 dez. 2022.

Aproveite o momento para dividir a turma em grupos e resgate o painel da aula anterior, peça que adicionem nele um mural de vozes, ou seja, cada grupo faz uma seleção dos intérpretes que eles gostam (podem colar imagens também), separando-os por nível vocal (aqui, os estudantes devem separar por nível vocal após um consenso entre eles, visto que ainda não possuem muito repertório para essa classificação). Depois promova uma roda de conversa para analisarem se todos chegaram ao mesmo consenso quanto ao nível vocal dos cantores(as) e se conseguiram identificar e diferenciar os sons graves dos agudos.

Em continuidade às escutas, apresentar vídeos quanto a questão de intensidade e timbre.

Intensidade - som forte e som fraco

Olodum. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=LZYE-zP7Mk8 acesso em 08 dez. 2022.

OUTROEU. Não olha assim pra mim. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=86PBV5hdX0o acesso em 08 dez. 2022.

Timbre - instrumentos *(perceber a diferença do timbre de cada instrumento)*

Época de ouro. Vibrações (Jacob do bandolim) Sesc Instrumental. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=5Yg_cPj0o-c acesso em 08 dez. 2022.

VERSÃO PRELIMINAR

Depois solicite que os estudantes tragam músicas de sua *playlist* e façam uma relação quanto a intensidade e timbres que aparecem nelas, para trabalhar a percepção sonora - **Analisando quais sons possuem maior ou menor intensidade e a diferença de timbres apresentada.**

SAIBA MAIS

Currículo em Ação - Arte: Disponível em: https://cutt.ly/gAf4AFi acesso em 08 dez. 2022.

Secretaria da Educação do Paraná: Compreendendo a música - Disponível em https://cutt.ly/RAf48vX Acesso em 08 dez. 2022.

SABRA - Sociedade Artística Brasileira: Matemática e Música - Disponível em: https://cutt.ly/fAf7QgA Acesso em 08 dez. 2022.

SCHAFER, Murray. **Educação sonora: 100 exercícios de escuta e criação de sons**. R. Murray Schafer; tradução de Marisa Trench de Oliveira Fronteirada. São Paulo. Editora Melhoramentos, 2009.

Sistematização

Semana 8: 2 aulas

Finalize essa atividade separando a turma em três grupos. Cada grupo irá criar uma *playlist* com diferentes sons coletados (pode ser gravado no celular), sendo cada grupo com uma temática: sons da natureza, sons mecânicos ou sons humanos.

A proposta é que os estudantes criem uma “música” com os sons coletados por eles, dentro da temática do seu grupo, pensando no timbre de cada som escolhido, assim como na intensidade e duração, criando uma composição sonora harmônica. Organize um momento para que eles possam coletar os sons e organizá-los de forma a produzir uma composição sonora e apresentar para os

demais grupos. Resgate os programas e aplicativos de áudio para realizar essa atividade.
Por fim, promova uma roda de conversa para que cada grupo explique como foi o processo de criação, pensando não somente na temática, mas nos elementos que foram priorizados nessa composição sonora.

SAIBA MAIS

Currículo em Ação - Arte: Disponível em: https://cutt.ly/CAf7Bxw acesso em 08 dez. 2022.

O que é música corporal. https://cutt.ly/oAf5pX3 acesso em 08 dez. 2022.

AVALIAÇÃO

Sugerimos para essa avaliação o uso das rubricas, prática recorrente nas unidades anteriores, facilitando o processo de aprendizado dos estudantes. Nesta atividade, indicamos as habilidades EMIFCG04 e EMIFLGG05, abordando como a análise e apreciação dos elementos sonoros podem ampliar a visão de mundo, sensibilidade e criatividade. Analisando, ainda, o processo de reconhecimento, fruição, investigação e seleção dos elementos musicais abordados até o momento. ***Foi possível a identificação destes elementos pelo estudante? Na produção da playlist esses elementos foram evidenciados?***

Atividade 3

Introdução

Semana 9: 2 aulas

Ao final deste aprofundamento, os estudantes irão criar um festival de jingles, para isso, precisam se aprofundar em elementos mais técnicos, visando uma composição mais harmônica para a apresentação. Dessa forma, propomos uma

experimentação de ritmo e pulsações, tempo e métrica musical, a partir da metodologia **rotação por estações**, na qual será preciso dividir a turma em três grupos que terão comandos diferentes para execução do jingle que será produzido nesta atividade, sendo que em cada grupo, os estudantes deverão se subdividir, em pelo menos três pequenos grupos atendendo as demandas sugeridas a seguir.

Grupo 1 - sugerimos que façam experimentações com pulso constante em 4 tempos, mas utilizando palmas, batidas de pé - 1 2 3 4.

Grupo 2 - sugerimos que façam experimentações com pulsos diferentes (em 4 tempos) para cada subgrupo, por exemplo: batidas de pé: 1, 2, 3 e 4, estalar dedos 1 pausa-pausa-pausa.

Grupo 3 - sugerimos que incluam objetos que eles tenham na sala de aula ou instrumentos de percussão, caso a escola tenha triângulo, chocalho, tambor, entre outros com pulsos diferentes definidos pelos grupos.

Após a experimentação, proponha um momento de análise sobre as vivências e escuta sonora dessa atividade, identificando o ritmo, pulso, e principalmente, a duração e intensidade dos sons.

PRELIMINAR

SAIBA MAIS

BOWEN, Meurig. **Escola de música.** Meurig e Rachel Bowen. Ilustrações de Daniel Frost. tradução Val Ivonica. São Paulo. Publifolha, 2017.

Para essa atividade, retome os conceitos musicais apresentados nos anos iniciais quanto à divisão musical e compassos. Currículo em Ação - Arte: Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2022/01/WEB_Book_1-ao-5ano_V1_Arte.pdf acesso em 08 dez. 2022.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Professor, na atividade 3 do *C1 - Observatório de marketing*, os estudantes irão produzir um *podcast*. Converse com os estudantes sobre como agregar os elementos sonoros vistos até o momento, na atividade do podcast, visando enriquecer a produção.

Desenvolvimento

Semanas 10 e 11: 4 aulas

Agora conversem sobre o tempo da música, então, sugerimos o vídeo **Como descobrir o tempo da música**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=EkF-hkxVy1w (acesso em 08 dez. 2022.), no qual o compasso é estudado na música "Parabéns à você", por se tratar de uma música conhecida por todos e de fácil compreensão.

Para ampliar o entendimento sobre o tempo na música, sugerimos a apreciação do vídeo: **O que é métrica no rap?** Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hwnDicFW8Tk acesso em 08 dez. 2022.

Após a apreciação dessas explicações sobre tempo, métrica, andamento, duração e compasso, peça que se dividam em pequenos grupos e escolham uma música para trabalhar o tempo por meio de palmas e/ou instrumentos de percussão se assim decidirem. Organize um momento para que eles escutem e apresentem a música.

Para a próxima criação musical, informe os estudantes que, caso algum deles toque instrumento, ele poderá incluí-lo. Proponha que criem uma música, a partir de uma melodia que tenham conhecimento, pois entendemos que esse exercício facilita o entendimento da criação métrica de uma nova letra sob uma canção já existente.

Organize-os em duplas e reserve um momento para a produção dessa criação, depois compartilhem com a turma as composições criadas. Nesse momento, os estudantes que tocam algum instrumento podem enriquecer a apresentação fazendo o acompanhamento da música criada.

Sistematização

Semana 12: 2 aulas

Após o compartilhamento das canções, sugira que eles expliquem como foi o processo de criação e quais recursos utilizaram para a apresentação: ***usaram somente a voz para a apresentação ou adicionaram expressão corporal? Em algum momento da produção foi pensado utilizar outros tipos de sons (natureza, corporal, mecânico)? De que forma, a escolha da música facilitou ou não o processo de criação?***

Aproveite o momento para trazer à tona a profissão dos músicos criadores de *jingles*, ou seja, aquelas músicas dos comerciais que ficam gravadas na nossa memória e nos remetem a lembrança de um produto, lembrando que toda vez que pontuamos alguma profissão, cabe resgatar o Projeto de Vida dos estudantes, para

VERSÃO PRELIMINAR

ver se alguma das profissões relacionadas ao campo musical, conversa com o que ele espera da profissão.
Peça que a turma pesquise alguns *jingles* e quais deles foram criados a partir de uma melodia já existente e transformados em paródia. Explore os elementos que aparecem nos *jingles* e se os estudantes teriam outra ideia para ele.
Uma outra proposta é que os estudantes criem outras versões do *jingle* e que as apresentem para a turma. Retome o processo de criação da música realizada (a partir da melodia) e agora dos *jingles* que surgem com um produto como ponto central da criação musical. ***Quais novos desafios apareceram? Quais as semelhanças e/ou diferenças nesses dois tipos de produção?***

AVALIAÇÃO

Nesta atividade, indicamos as habilidades EMIFCG04 e EMIFLGG05 tendo em vista como se deu o processo, avaliando como os estudantes utilizaram da criatividade, criticidade, originalidade para sua criação das composições sonoras.

VERSÃO PRELIMINAR

Atividade 4

Introdução

Semana 13: 2 aulas

Inicie a conversa fazendo, com os estudantes, o resgate de músicas que remetem às suas memórias afetivas, ou seja, músicas da infância - podem ser aquelas tocadas ou cantadas pelos pais, avós, como também comerciais (artistas, publicitárias etc). Aproveite o momento para os estudantes falarem um pouco sobre as músicas que eles postam nas redes sociais para “embalar” uma imagem ou determinada postagem. Para essa conversa inicial, sugerimos algumas questões norteadoras, mas você pode incluir outras mais pertinentes ao seu grupo: ***Tem alguma música de algum comercial que você lembra, que ficou gravada na sua memória? Como você escolhe as músicas que coloca em suas redes sociais, são aleatórias ou "conversam" com a foto postada ou seu humor do momento? Pergunte à sua família se eles lembram de alguma música de algum comercial antigo e porque essa música ficou gravada na memória deles? Qual seria essa lembrança?***

Proponha que eles escolham uma música que gostam e expliquem porque essa música poderia ser utilizada para divulgar um produto. Em conjunto, construam um painel (pode ser na lousa mesmo) com as músicas e produtos sugeridos.

Para a próxima proposta, com a sala dividida em dois grupos, façam a leitura do texto **“*Jingle* é considerado ‘highlander da publicidade“**. Disponível em:

https://cutt.ly/qOKCZMy (acesso em 08 dez. 2022), que traz a questão das músicas nas campanhas publicitárias. Após a leitura, cada grupo, deverá justificar sua postura (a favor ou contra), trazendo para a discussão, questões atuais que confirmam suas afirmações sobre o assunto.

Para a leitura do texto, sugerimos quatro possibilidades que você poderá adotar, levando em consideração os recursos que possui na sua escola: **a.** utilize a sala de informática para que os estudantes possam ter acesso ao texto no formato digital; **b.** utilize o *QR Code* para que os estudantes possam ter acesso pelos seus próprios celulares; **c.** leia, você, em voz alta para a turma; **d.** leve algumas cópias impressas do texto para que eles leiam nos grupos.

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

No desenvolvimento da atividade 4 do C1 - Observatório de *marketing*, os estudantes irão realizar uma apreciação do comercial sobre a trajetória de vida do cantor Elton John, em estilo retrospectiva. Alinhe com o professor deste componente como essa análise pode auxiliar a discussão inicial da sua atividade 4, visto que ambas resgatam a memória afetiva utilizadas pelas campanhas publicitárias.

SAIBA MAIS

O poder da música na publicidade. Disponível em: https://cutt.ly/7OKVri3 acesso em 08 dez. 2022.

Solta o som. Como escolher uma música para o seu comercial? Disponível em: https://cutt.ly/lOKC7FF acesso em 08 dez. 2022.

Desenvolvimento

Semanas 14 e 15: 4 aulas

Assim como o cinema usa músicas e efeitos sonoros para compor o ambiente de uma cena, a publicidade também utiliza desse recurso para dar mais ênfase às

qualidades do produto que se quer vender ou divulgar. Podemos dividir esse tipo de música em algumas categorias, mas nesse componente iremos abordar duas: ***emotiva*** - quando a música quer passar um sentimento e provocar uma sensação, uma emoção (no caso da propaganda, sentimentos bons, positivos); ***informativa*** - quando a música fala do produto, seja pelas qualidades, pelos valores e até mesmo pelo reconhecimento da marca no mercado.

Diante disso, organize os estudantes em grupos e peça que realizem uma curadoria, na qual cada grupo - dentro de uma categoria, selecione comerciais que tenham essa trilha sonora. Estabeleça um momento para essa curadoria, para isso, reserve a sala de informática. Nesse momento, os estudantes do grupo aproveitam também para discutir como será essa apresentação para a turma. Após a pesquisa e apresentação, proponha que eles recriem a trilha sonora desse comercial, modificando a trilha original. Depois proponha um momento para que eles discutam sobre os efeitos e impactos dessa mudança.

Sistematização

Semana 16: 2 aulas

Agora você irá propor aos estudantes que realizem a metodologia da **sala de aula invertida** e divida a turma em pequenos grupos, distribuindo a cada um deles uma pesquisa direcionada, envolvendo profissionais do campo musical - músico/musicista, maestro/regente, sonoplasta, radialista, DJ, produtor musical e/ou cultural, musicoterapeuta, entre outros que apareceram nas conversas sobre profissionais que trabalham com música e ferramentas e tecnologias utilizadas para uma produção musical: instrumentos, aplicativos e programas de computador. Cada grupo fica responsável por trazer as informações a respeito de um determinado tema para ser compartilhado com os demais colegas na próxima aula. Organize um espaço para que eles possam trocar essas informações e retome os Projetos de Vida fazendo ligações com o que foi apresentado.

SAIBA MAIS

Profissão: músico: Univesp - https://cutt.ly/oOTrb0d acesso em 08 dez. 2022.

Conheça dez profissões para quem gosta de música. Disponível em: https://cutt.ly/8OTrJhB acesso em 08 dez. 2022.

10 profissões que um músico pode seguir em sua carreira: https://cutt.ly/2OTtSyW acesso em 08 dez. 2022.

AVALIAÇÃO

Utilize as habilidades EMIFLGG11 e EMIFCG11 para realizar uma autoavaliação com os estudantes, visando as estratégias utilizadas, bem como sua organização e planejamento para executar as tarefas. Retome, ainda, a habilidade EM13LGG604, avaliando como se deu o processo de construção dessas práticas.

Atividade 5

Introdução

Semana 17: 2 aulas

Professor, pensando no fechamento desta unidade e dando continuidade ao que os estudantes trouxeram sobre o campo musical, solicite que eles criem um Festival de *jingles.* Utilize essas aulas para que eles deem sugestões de como irão criar um cronograma para planejar essa apresentação final, tendo em vista tudo o que já foi discutido nas atividades anteriores, como por exemplo, quais recursos e/ou elementos serão utilizados, se a criação do *jingles* será individual ou coletiva, qual será a forma de apresentação (analógica ou digital) e qual público?

DE OLHO NA INTEGRAÇÃO

Todos os componentes realizaram atividades que propuseram discussões acerca do *marketing* nas mais variadas perspectivas, como a influência de outras culturas, o *marketing* esportivo e como os efeitos sonoros, *jingles* e músicas potencializam seu poder de persuasão. Essas reflexões podem colaborar para a criação dos jingles para o festival. Peça que coletem as informações que podem enriquecer ainda mais a produção dos *jingles*, de forma a promover na comunidade escolar, reflexões e questionamentos acerca dos temas abordados.

VERSÃO PRELIM

Desenvolvimento

Semanas 18 e 19: 4 aulas

Organize esse momento para os estudantes planejarem e ensaiarem suas apresentações, incluindo a participação daqueles que tocam algum instrumento. Para isso, deverão se organizar para planejar, criar e apresentar sua composição sonora.
Proponha deixar o cronograma em lugar visível, de forma que todos estejam cientes de suas responsabilidades.

SAIBA MAIS

Resgatar o Caderno da 1ª série, disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2022/10/1serie-2sem-Estudante-LGG.pdf acesso em 08 dez. 2022, que traz alguns conceitos que subsidiam as atividades propostas para esta atividade:
arranjo musical - 3º bimestre - SA3 - momento 2.
podcast - 3º bimestre - SA4 - momento 2.
festivais de música - 4° bimestre - SA3 - momento 4.

Sistematização

Semana 20: 2 aulas

Combine com a equipe gestora um momento para a organização da apresentação, pois caso os estudantes utilizem instrumentos, precisam organizar o espaço com antecedência, se for para o público escolar, todos deverão organizar o espaço, tanto para montagem, como desmontagem.
Após, reserve um momento para resgatar com os estudantes os conceitos trabalhados durante o componente e como esses conceitos culminaram nesta apresentação. Aproveite ainda, para resgatar as rubricas de autoavaliação e pontuar com a turma como se deu esse processo de aprendizado.

AVALIAÇÃO

Finalize retomando as habilidades presentes no início desse documento, pontuando o que foi trabalhado, assim como também, realizando uma autoavaliação de todo o processo com os estudantes.

VERSÃO PRELIMINAR

VERSÃO PRELIMINAR