ATIVIDADE PARA ALUNOS DOS ANOS FINAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL

**Nós e as marcas**

Elaboração: Prof. Esp. Marina Rezende Lisboa

**Parte 1**

**Leitura**

Se tem uma coisa muito comum na atualidade é discussão virtual por assuntos aleatórios incitada por *influencers*. A edição 14 do **TINO Econômico** traz uma reportagem que se refere a um desses debates, o motivo: registro de marcas. Leia a reportagem na página 3.



**TINO Econômico**. Edição 14, 5/2/2024 a 10/3/2024.

Discuta com seus colegas e o professor a respeito do registro de marcas. Para que serve registrar uma marca? Qual seria a importância disso? Vocês costumam comprar produtos pela marca que eles têm? Se sim, por quê?

**Parte 2**

**“Eu, etiqueta”**

Em 1984, o poeta Carlos Drummond de Andrade escreveu o poema “Eu, etiqueta”, que aborda a questão das marcas e do consumo. Leia um trecho do poema a seguir. (Para ler o poema na íntegra acesse: [sociologia.seed.pr.gov.br/arquivos/File/eu\_etiqueta.pdf](http://www.sociologia.seed.pr.gov.br/arquivos/File/eu_etiqueta.pdf) )

“(...) Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,

Minha gravata e cinto e escova e pente,

Meu copo, minha xícara,

Minha toalha de banho e sabonete,

Meu isso, meu aquilo.

Desde a cabeça ao bico dos sapatos,

São mensagens,

Letras falantes,

Gritos visuais,

Ordens de uso, abuso, reincidências.

Costume, hábito, permência,

Indispensabilidade (...)”

Para aprofundar a interpretação do trecho, debata com seus colegas e o professor sobre:

**Questão 1:** o que você acredita que o poeta queria dizer com “indispensabilidade”?

**Questão 2:** você já sentiu a “necessidade” de comprar algo para estar na moda? Como foi?

**Questão 3:** você acredita que antigamente a marca tinha menos importância na hora da aquisição de um produto? Explique.

O poema, escrito há 40 anos, parece que está ainda mais atual no presente. Os avanços nos meios de transporte, na comunicação e no sistema de pagamentos fazem com que sejamos bombardeados de ordens de compra em escala global. Veja alguns exemplos.





Converse com seus colegas e procure lembrar de outra propaganda ou *slogan* de marca que seja persuasiva como essas. Depois, reflita: quais são as consequências que o estímulo ao consumo de marcas mundialmente conhecidas pode trazer para a nossa vida?

Registre as suas conclusões por meio da escrita de um texto dissertativo a ser entregue ao professor.

**CONVERSA COM O PROFESSOR**

Professor, esta aula visa criar repertório e levar o aluno a refletir a respeito do consumo e suas implicações. Pensar sobre o registro de marcas é uma importante ferramenta para que os estudantes percebam o mecanismo atual de estímulo ao consumismo.

Para começar, faça a leitura compartilhada e provoque uma discussão por meio dos questionamentos propostos.

Na segunda parte, apresente o poema “Eu, etiqueta”, de Carlos Drummond de Andrade. Caso haja tempo e interesse, leia o poema na íntegra para os alunos e estimule um debate sobre a sensação de indispensabilidade de compra. Para aprofundar a discussão, apresente as marcas e *slogans* persuasivos presentes na proposta.

É possível que nem todos entendam o significado das orações em inglês. Se for o caso, faça a tradução para eles. *Just do it*: “Apenas faça”. *There are some things money can’t buy. For everything else, there’s MasterCard:* “Há coisas que o dinheiro não pode comprar. Para todas as outras, existe MasterCard”. *Betcha can’t eat just one:* “Duvido você comer só uma”*. Don’t live life without it:* “Não viva a vida sem ele”.

Para finalizar, converse com os estudantes sobre a implicação da exposição a marcas e propagandas persuasivas. Espera-se que os alunos possam perceber que:

- O estímulo ao consumo pode levar ao endividamento, especialmente se os consumidores comprarem produtos que estão além de suas possibilidades financeiras.

- Algumas marcas internacionais podem ter produtos fabricados em países menos desenvolvidos mediante baixos salários e precárias condições de trabalho. O consumo dessas marcas pode contribuir para a exploração de trabalhadores.

- A produção e o consumo de produtos de marcas internacionais podem ter um impacto significativo no meio ambiente, gerando resíduos e poluição.

- O consumo excessivo de marcas internacionais pode levar à perda da identidade cultural local à medida que as pessoas passam a adotar valores e costumes de outras nações.

- O consumo de marcas internacionais pode levar à homogeneização cultural à medida que as pessoas passam a ter hábitos e costumes semelhantes em todo o mundo.

- O estímulo ao consumo pode levar à perda de autonomia dos consumidores, que passam a ser influenciados por empresas e pela mídia.

- O consumo excessivo pode levar a problemas de saúde mental, como ansiedade e depressão.

Para concluir, seria fundamental alertar os alunos que consumam de modo consciente.

**GABARITO COMENTADO**

**Parte 1**

Espera-se que os alunos percebam que registrar uma marca é o processo de garantir o direito exclusivo de usar um nome, logotipo, *slogan* ou outro símbolo para identificar seus produtos ou serviços em determinado território. O registro da marca é importante por várias razões: proteção legal, valorização da marca, acesso a mercados internacionais e combate à pirataria, entre outros. Uma marca registrada pode proporcionar vantagens competitivas em relação aos concorrentes, diferenciando seus produtos e serviços no mercado. Além disso, transmite aos consumidores a imagem de uma empresa séria e confiável, aumentando a credibilidade da companhia.

As perguntas finais da primeira parte são de ordem pessoal.

**Parte 2**

Para esta parte não há um gabarito, visto que as escolhas dos itens e as respostas das perguntas são, em grande parte, pessoais.

**HABILIDADES DA BNCC**

A atividade apresentada contribui para o desenvolvimento das seguintes habilidades dos anos finais do ensino fundamental:

**(EF08HI03)** Analisar os impactos da Revolução Industrial na produção e circulação de povos, produtos e culturas.

**(EF09HI27)** Relacionar aspectos das mudanças econômicas, culturais e sociais ocorridas no Brasil a partir da década de 1990 ao papel do país no cenário internacional na era da globalização**.**

**(EF09HI36)** Identificar e discutir as diversidades identitárias e seus significados históricos no início do século XXI, combatendo qualquer forma de preconceito e violência.

**(EF09GE02)** Analisar a atuação das corporações internacionais e das organizações econômicas mundiais na vida da população em relação ao consumo, à cultura e à mobilidade.

**(EF09GE05)** Analisar fatos e situações para compreender a integração mundial (econômica, política e cultural), comparando as diferentes interpretações: globalização e mundialização.

**(EF09LI05)** Identificar recursos de persuasão (escolha e jogo de palavras, uso de cores e imagens, tamanho de letras), utilizados nos textos publicitários e de propaganda, como elementos de convencimento.

**(EF89LP33)** Ler, de forma autônoma, e compreender — selecionando procedimentos e estratégias de leitura adequados a diferentes objetivos e levando em conta características dos gêneros e suportes — romances, contos contemporâneos, minicontos, fábulas contemporâneas, romances juvenis, biografias romanceadas, novelas, crônicas visuais, narrativas de ficção científica, narrativas de suspense, poemas de forma livre e fixa (como haicai), poema concreto, ciberpoema, dentre outros, expressando avaliação sobre o texto lido e estabelecendo preferências por gêneros, temas, autores.

**REFERÊNCIA**

Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: [gov.br/inpi/pt-br](https://www.gov.br/inpi/pt-br). Acesso em 1/2/2024.