

O *fandom* não tem preço, mas dá para ser consciente!

Parte 1

Exploração da notícia

As matérias “A força econômica dos *fandoms*”, da edição 27 do **TINO Econômico** e 243 do **Joca**, ambas de junho, dão destaque para os impactos econômicos gerados pelos fãs em relação ao consumo de artigos associados a seus ídolos ou obras favoritas.

A força econômica dos *fandoms*

Fãs mobilizam pessoas, marcas e bilhões de reais com dedicação e engajamento pelos ídolos | VICTÓRIA PIROLLA

QUEM NUNCA se apaixonou por um cantor, atriz, banda, série, atleta ou até mesmo personagem fictício? Ser fã faz parte da vida de milhões de pessoas, e os brasileiros se destacam internacionalmente nessa cena. Atualmente, 38% dos fãs no Brasil se reconhecem como tal, e esse amor custa, em média, 200 reais por mês — cinco vezes mais do que a média da população brasileira gasta com cultura, de acordo com a pesquisa “A era dos *fandoms*”, da consultoria Monks.

Fandom é todo o universo relacionado aos fãs de determinado ídolo ou objeto cultural. A pesquisa, que entrevistou 622 pessoas, de 16 a 45 anos, no Brasil, mostra como esses grupos deixaram de ser formados apenas por indivíduos apaixonados e se tornaram termômetros de sucesso. Eles atraem o olhar de marcas e movimentam grandes quantias. Só o mercado de produtos licenciados gera cerca de 300 bilhões de dólares (1,6 trilhão de reais) por ano, globalmente, sendo 21,5 bilhões de reais apenas no Brasil, segundo a Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens (Abral).

“O fã brasileiro realmente tem o molho. O famoso ‘*come to Brazil*’ (‘venha para o Brasil’, em tradução livre) é mais do que um apelo, é uma promessa de grandiosidade e dedicação que pode gerar fama globalmente, afirma Mariana Bernardes, que ocupa o cargo de estrategista e curadora cultural na Monks.

De acordo com a pesquisa, o comporta-



REPRODUÇÃO DE IMAGEM POR FANS RIGHTS MANAGEMENT

OS FÃS BRASILEIROS

- ⇒ 30% compram produtos oficiais e exclusivos pelo menos uma vez por ano.
- ⇒ 40% não imaginam viver sem acompanhar ídolos ou algo que admiram.
- ⇒ 45% influenciam pessoas do próprio convívio a se tornarem fãs.
- ⇒ 55% afirmam que a maior motivação para consumir algo ligado ao ídolo é a felicidade de viver experiências relacionadas a ele.

mento vai além da compra de produtos e envolve consumo de conteúdo, participação em campanhas, compartilhamento de memes, assinatura de programas de sócio-torcedor e impulsionamento de lançamentos musicais. “Essas comunidades têm códigos próprios, formas de engajamento, sistemas de reconhecimento interno. O fã, hoje, é um dos protagonistas culturais do nosso tempo”, conta a especialista.

Essa influência ultrapassa as barreiras do entretenimento ou da internet e invade espaços econômicos, políticos e sociais. Em 2023, por exemplo, fãs da cantora Ludmilla bateram o recorde de doações de sangue

em um único dia: mais de 500 bolsas foram coletadas em troca de ingressos para um show no Rio de Janeiro. No ano seguinte, Taylor Swift declarou apoio a um candidato à presidência dos Estados Unidos e mobilizou seu *fandom*: mais de 52,2 mil novos registros de eleitores foram feitos e outras 144,2 mil pessoas checaram sua situação eleitoral.

Economicamente, os fãs vão além dos produtos oficiais. A movimentação em torno dos shows impulsiona pequenos e médios empreendedores, aquecendo setores como turismo, hotelaria e alimentação. ●

Acima, fãs da cantora Taylor Swift no show da The Eras Tour, no Rio de Janeiro, em novembro de 2023; à esquerda, reprodução de página do Instagram do *fandom* @ludmillanobr

FONTE: MONKS, G1 E CNN

A FORÇA ECONÔMICA DOS FANDOMS

Victoria Pirella

Fãs da cantora Taylor Swift na fila para o show em São Paulo

Você já se encantou por uma cantora, um ator, uma banda, uma série, um jogador ou até um personagem de filme ou livro? Ser fã é algo comum na vida de milhões de pessoas, e os brasileiros são conhecidos em todo o mundo por sua dedicação. Uma pesquisa chamada “A era dos fandoms”, da consultoria Monks, mostrou que 38% dos fãs no Brasil se reconhecem como tal. E ser fã pode custar caro: cerca de 200 reais por mês — cinco vezes mais do que a média que a população gasta com cultura. A palavra *fandom* se refere a todo o universo em torno de um ídolo ou obra.

A pesquisa ouviu 622 pessoas, de 16 a 45 anos, e mostrou que os fãs deixaram de ser apenas admiradores. Hoje, eles influenciam o sucesso de artistas e marcas. O mercado de produtos licenciados, por exemplo, movimentou 300 bilhões de dólares por ano no mundo — no Brasil, são 21,5 bilhões de

reais, segundo a Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens (Abral).

“O fã brasileiro realmente tem o molho”, diz Mariana Bernardes, da Monks, em entrevista ao jornal **TINO Econômico**. A famosa frase “*come to Brazil*” (“venha para o Brasil”, em inglês) mostra a força e animação dos fãs daqui, o que pode até transformar artistas em estrelas internacionais.

O comportamento dos fãs vai muito além de comprar produtos. Eles assistem a conteúdos, criam campanhas, compartilham memes, assinam programas de sócio-torcedor e ajudam a divulgar músicas novas. “Essas comunidades têm seus próprios códigos e formas de participar. O fã, hoje, é um dos protagonistas culturais do nosso tempo”, afirma Mariana.

A influência dos fãs também aparece em outras áreas, como política e saúde. Em 2023, fãs da cantora Lu-

dmilla bateram o recorde de doações de sangue em um só dia: mais de 500 bolsas foram coletadas em troca de ingressos para uma apresentação no Rio de Janeiro. Já em 2024, quando a cantora Taylor Swift declarou apoio a um candidato nos Estados Unidos, mais de 52 mil novos eleitores se registraram e 144 mil checaram sua situação eleitoral.

Além disso, os fãs ajudam a movimentar a economia. Shows e eventos incentivam pequenos comércios e beneficiam setores como turismo, hotelaria e alimentação. Ou seja: gostar muito de algo ou alguém pode até parecer simples, mas faz diferença no mundo. 🌟

JO
GA

1. Quais comportamentos dos fãs brasileiros também mexem com essa economia?
2. E quais os outros setores afetados por esses hábitos? Procure exemplos da movimentação dos *fandoms*.

Parte 2

Como ser um fã consciente? Planejar e não comprar por impulso!

Imagine que Carlos é um fã brasileiro de 15 anos que deseja participar da CCXP25 (Comic Con Experience) em dezembro de 2025 para ver seu artista favorito. Ele pretende adquirir o Epic Pass, passaporte que dá acesso aos quatro dias do evento e custa 2.300 reais.

Carlos está em dúvida entre planejar a compra para ter o dinheiro quando chegar mais próximo ao evento, ou comprar agora no cartão de crédito dos pais, com medo de ficar sem ingressos depois. Se você fosse amigo(a) de Carlos, o que recomendaria? Veja as duas situações propostas pelos pais de Carlos para ajudar a tomar a melhor decisão. Leia e responda as questões.

Situação 1: compra planejada

Carlos pode economizar durante seis meses para comprar o ingresso à vista. Os pais abririam uma poupança que rende 0,5% ao mês.

a) Quanto ele precisaria depositar mensalmente para alcançar o valor necessário? Use o quadro a seguir para preencher e tentar chegar ao valor de que ele necessita ao fim do sexto mês.

Dica: como o rendimento é de 0,5% ao mês, é possível simular sem fórmulas complexas. Após um mês do depósito, o valor será multiplicado por 1,005. Sempre que um novo mês começa, junta-se o saldo do mês anterior com o novo depósito, antes de multiplicar novamente por 1,005.

Mês	Depósito (R\$)	Saldo do mês anterior somado ao novo depósito (R\$)	Saldo Acumulado (R\$) ao final do mês
1		0,00	
2			
3			
4			
5			
6			

b) Qual seria o valor total acumulado ao fim dos seis meses, considerando os juros?

Situação 2: compra impulsiva

Carlos pode decidir comprar o ingresso no cartão de crédito dos pais, parcelando em seis vezes com juros de 5% ao mês. Nesse caso, o site de compra de ingressos já forneceu o quadro abaixo com o valor da parcela mensal que deverá ser paga. Observe:

Mês	Parcela (R\$)	Saldo Devedor Estimado (R\$)
0	0,00	2300,00
1	453,14	1961,86
2	453,14	1606,81
3	453,14	1234,01
4	453,14	842,57
5	453,14	431,56
6	453,14	0

c) Qual seria o valor total pago ao fim das seis parcelas?

d) Quanto a mais ele pagaria na situação 2 em comparação à compra planejada da situação 1?

e) Observando as duas situações, qual seria a sua recomendação para Carlos? Justifique.

IMPORTANTE:

Professor(a), ofereça os textos jornalísticos em seu suporte original. O jornal é essencial para preservar o contexto e a experiência integral da leitura como prática social e real. A edição impressa traz uma organização espacial e editorial pensada para guiar o(a) leitor(a) por diferentes conteúdos. Se não for possível que os(as) estudantes leiam os artigos no próprio **TINO** ou **Joca**, compartilhamos uma reprodução da notícia a ser trabalhada nesta atividade.

Conversa com o(a) professor(a)

Olá, professor(a)!

Esse conteúdo das reportagens do **TINO Econômico** e do **Joca** permite aos(as) estudantes aplicar cálculos de porcentagem e juros em situações próximas da realidade dos(as) jovens, envolvendo também a comparação de diferentes formas de pagamento e seus impactos financeiros no orçamento familiar. Além disso, eles(as) também podem refletir sobre a importância do planejamento financeiro e os riscos do consumo por impulso.

Na parte 1, permita que a turma leia a notícia em pequenos grupos e, além de responder às perguntas solicitadas, possa comentar entre si sobre situações parecidas que vivenciou e o quanto de dinheiro gastou com seu *fandom*.

Na parte 2, a ideia é trabalhar a aplicação dos cálculos de porcentagem e uma ideia intuitiva de como funcionam os juros compostos. Mesmo com os(as) alunos(as) menores, o desafio vale a pena como uma aplicação de operações com frações e números decimais, além de estimular o uso da calculadora para cálculos mais complexos.

Dependendo da faixa etária e seu conhecimento da turma, retome o significado de porcentagem simples. Mostre que se $100\% = 100/100$ é um inteiro de alguma grandeza, então, quando aumentamos 50%, teremos $100\% + 50\% = 100/100 + 50/100 = 150/100$ que é 150%, ou seja, 1,5. Exemplifique se se multiplicarmos um valor por 1,5, ele será aumentado em 50%. Da mesma forma, se multiplicarmos por 1,25, ele será aumentado em 25%.

A ideia na situação 1 é que eles(as) entendam que um aumento de 0,5% no valor depositado na poupança representa $100\% + 0,5\% = 100,5\% = 100,5/100 = 1,005$. Ou seja, basta multiplicar o valor por 1,005 para que este aumente 0,5%. Recomendo que mantenha essa porcentagem como modo de se aproximar mais do rendimento real da poupança, que é a aplicação mais comum das famílias.

Veja que para se conhecer o valor dos depósitos mensais de uma série de pagamentos uniformes ao longo de seis meses, seria preciso utilizar uma fórmula como esta:

$$P = VF \cdot \left(\frac{i}{(1+i)^n - 1} \right) \cdot \left(\frac{1}{1+i} \right)$$

Em que VF é o valor futuro desejado (2.300 reais), i é a taxa de juros (0,5% a.m.), n é a quantidade de depósitos (seis meses) e P é o valor dos pagamentos ou depósitos mensais (o que não é conhecido).

Como esse cálculo foge ao objetivo da atividade e demandaria calculadoras científicas ou financeiras, apenas verifique se os(as) estudantes entenderam a dica da atividade e, se julgar necessário, simule o preenchimento do quadro com eles(as) na lousa. A ideia é que compreendam o funcionamento dos juros compostos na poupança e possam descobrir um valor de depósito por tentativa e erro, até atingir ou ultrapassar o valor necessário ao fim de seis meses. Se possível, forneça uma calculadora simples aos(às) alunos(as) ou permita que usem calculadoras ou celulares.

O valor dos depósitos mensais seria de aproximadamente 376,69 reais. Mas também é válido se a turma conseguir chegar a um valor inteiro mais próximo, como 380 reais. Também vale a pena comentar sobre como fazer alguns arredondamentos para os centavos de real, por exemplo. Veja algumas dicas aqui: [youtube.com/watch?v=XDVjoRGA14](https://www.youtube.com/watch?v=XDVjoRGA14).

Na situação 2, determinar o valor da parcela já não é uma tarefa das mais simples nessa faixa etária, pois envolve o cálculo dos pagamentos em uma série uniforme. É recomendável já fornecer o quadro preenchido aos(às) estudantes e pedir apenas que façam os cálculos solicitados nos itens c e d. Por curiosidade, a parcela (P) seria calculada da seguinte maneira:

$$P = VP \cdot \left[\frac{(1+i)^n \cdot i}{(1+i)^n - 1} \right]$$

Sendo VP o valor da compra (2.300 reais), n o número de prestações (seis meses) e i a taxa de juros do cartão de crédito (5% ao mês).

Saiba mais em: youtube.com/watch?v=3QFlmQuWhwE.

Nos itens c e d, verifique se os(as) estudantes conseguiram comparar a diferença entre os valores das duas situações. Já no item e, valorize todas as respostas que surgirem, desde que venham acompanhadas de uma argumentação consistente. Por exemplo: pouparia o dinheiro porque o ingresso sairia mais barato e não ficaria sem dinheiro caso tivesse uma emergência e desistisse do evento. Ou então: compraria antes, mesmo pagando um valor a mais, para que pudesse me planejar para o evento sem ter o imprevisto de ficar sem o ingresso. No entanto, não deixe de questionar cada colocação, apresentando um contraponto que os(as) faça ter um pensamento flexível.

A seguir uma planilha caso queira fazer outras simulações com a turma (faça uma cópia):

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PfvIjzyXXESreADQjOgXeRlg37L1TmDu/edit?usp=sharing&oid=107686862612809474469&rtpof=true&sd=true>.

Gabarito comentado - Parte 1

A matéria cita que o fã brasileiro não apenas consome produtos e conteúdos relacionados ao artista preferido, como também se envolve em campanhas, compartilha conteúdo nas redes sociais, faz parte de programas de sócio-torcedor de futebol e ajuda a impulsionar lançamentos musicais. O engajamento torna o fã protagonista desse processo.

Além do impacto econômico, o engajamento gera apelo político e social. A reportagem cita o quanto foi arrecadado de bolsas de sangue doadas pelos fãs de Ludmilla em troca de ingressos para o show da cantora. Também é mencionada a influência do apoio de artistas a políticos, o que pode alterar o cenário de uma eleição, por exemplo.

Gabarito comentado - Parte 2

a) Tentando algumas quantias até superar o valor do ingresso, de 2.300 reais, temos o seguinte quadro preenchido:

Mês	Depósito (R\$)	Saldo do mês anterior somado ao novo depósito (R\$)	Saldo Acumulado (R\$) ao final do mês
1	380	0,00	381,90
2	380	761,90	765,71
3	380	1145,71	1151,44
4	380	1531,44	1539,10
5	380	1919,10	1928,69
6	380	2308,69	2320,23

b) O valor total acumulado ao fim de seis meses seria de 2.320,23 reais.

c) O valor total pago ao fim das seis parcelas seria:

$$453,14 \cdot 6 = 2.718,84$$

d) A diferença entre os valores pagos nas situações 1 e 2 é de:

$$2.718,84 - 2.320,23 = 398,61$$

e) A opção mais vantajosa é a compra planejada com poupança. Ao guardar dinheiro com antecedência e aproveitar os juros do investimento, o fã consegue comprar o ingresso à vista e paga aproximadamente 2.300 reais, isto é, o valor original.

Já na compra parcelada no cartão de crédito com 5% de juros ao mês, o valor total pago é de 2.718,84 reais, o que representa 398,61 reais a mais do que o necessário. Isso significa pagar quase 13% a mais apenas por não ter se planejado.

Além disso, evitar o parcelamento com juros ajuda a manter a saúde financeira, reduz o risco de endividamento e o estresse com gastos emergenciais.

PARA FINALIZAR

A seguir, deixamos listadas algumas habilidades da BNCC que podem ser desenvolvidas com o auxílio da atividade. É possível fazer adaptações para diferentes anos escolares, dependendo de como você, professor(a), pretende abordar as situações.

HABILIDADES DA BNCC

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

(EF05MA06) Associar as representações 10%, 25%, 50%, 75% e 100% respectivamente à décima parte, quarta parte, metade, três quartos e um inteiro, para calcular porcentagens, utilizando estratégias pessoais, cálculo mental e calculadora, em contextos de educação financeira, entre outros.

(EF06MA12) Resolver e elaborar problemas que envolvam porcentagens, com base na ideia de proporcionalidade, sem fazer uso da “regra de três”, utilizando estratégias pessoais, cálculo mental e calculadora, em contextos de educação financeira, entre outros.

(EF07MA02) Resolver e elaborar problemas que envolvam porcentagens, como os que lidam com acréscimos e decréscimos simples, utilizando estratégias pessoais, cálculo mental e calculadora, no contexto de educação financeira, entre outros.

(EF08MA04) Resolver e elaborar problemas, envolvendo cálculo de porcentagens, incluindo o uso de tecnologias digitais.

(EF09MA05) Resolver e elaborar problemas que envolvam porcentagens, com a ideia de aplicação de percentuais sucessivos e a determinação das taxas percentuais, preferencialmente com o uso de tecnologias digitais, no contexto da educação financeira.

ELABORADO POR: Prof. Dr. Leonardo Anselmo Perez.