

ATIVIDADE PARA ESTUDO DOMICILIAR
10º SEMANA: 25/5/2020 a 29/5/2020

Professor: Janete Costa	Componente curricular: Ensino Religioso
Nível de ensino: Fundamental II	Turmas 711/712

HABILIDADES

-Definir os sentidos do amor próprio e da autoestima para a formação da identidade pessoal.

ROTINA DE ESTUDOS:

- As atividades devem ser escritas em seu caderno;
- Vamos conversar sobre esta aula e realizar uma atividade juntos:

AULA ONLINE

Quando: Quarta-feira, 27 maio

Horário: 10h

Link: meet.google.com/jjy-vyim-zvj

***AValiação:** Todas as atividades até este momento serão revisadas no caderno.



1.º Momento:

O poema de Fernando Pessoa é só para inspirar o que estamos estudando.

2.º Momento:

Leia o texto **MARCAS E JOVENS**: a busca de uma identidade

Não precisa copiar o texto em seu caderno.

Faça anotações em seu caderno do seu entendimento do texto, leve para a aula de quarta-feira suas dúvidas e contribuições.

MARCAS E JOVENS: a busca de uma identidade

Todos os dias somos bombardeados com um volume cada vez maior de anúncios publicitários. Seja assistindo TV, folheando uma revista ou mesmo andando pelas ruas cada vez mais entupidas de outdoors, temos a nossa atenção disputada pelas mais variadas publicidades que repetidamente e com grande insistência tentam nos vender os mais diversos produtos. É a sociedade consumista cujo deus é o mercado.

- *Observação: a publicidade hoje também aparece muito nas redes sociais.*

A nossa sociedade, que hoje pode ser comparada a uma imensa prateleira de supermercado, nos dá a sensação de que temos a total liberdade de escolher e fazer aquilo que desejamos. Dos valores que adotamos às ideias que defendemos, tudo isso pode ser encontrado “personificado” em algum produto. Se queremos liberdade, basta vestir um jeans, colocar uma mochila nas costas e sair pelo mundo; (...)

Marca e Personalidade

Mas quando vamos comprar alguma coisa e pedimos Sukita ou Coca-cola e não um refrigerante qualquer, ou no caso de um automóvel uma Mercedes-Benz ou uma Ferrari e não qualquer carro, estamos exatamente no terreno das marcas publicitárias. A marca é como a personalidade do produto, sua individualidade, sua identidade. (...) Vivemos uma época em que nossos valores, ideais e desejos mais íntimos podem ser facilmente encontrados nas prateleiras. (...)

Para o jovem que ainda está passando pela fase de afirmar a sua individualidade e formando a sua própria identidade, essa estratégia do mercado e das publicidades ganham ares extremamente cruéis, pois os apelos publicitários investem exatamente na falta de senso crítico e da adequação da pessoa a um determinado grupo social.

(...) Um dos dados que apareceu na pesquisa foi que os jovens buscam se associar às marcas, e às suas qualidades, com o objetivo de ao mesmo tempo se diferenciar dos padrões anteriores, como para se inserir nos seus próprios grupos formados por outros jovens.

(...) se sentir aceito por um grupo (...)

(...) um risco considerável à formação da identidade dos jovens, uma vez que elas desviam do seu caminho mais críticos, oferecendo ao jovem um mundo de ilusões e facilidades. Isso parece ser mais cruel quando se trata dos jovens de classe mais baixa. Frequentes relatos associavam violência e o desejo de usar determinadas marcas. As publicidades parecem causar nesses jovens desejo de usar marcas que os recursos de suas famílias não podem comprar.

Observe estas informações para nossa aula online:

- ✓ É só copiar o link e colar no google.
- ✓ Veja com antecedência como se usa. Não deixe para ver em cima da hora.
- ✓ Entre no horário.
- ✓ Esteja com a última atividade em mãos, material de anotação e dúvidas.
- ✓ Esteja com a câmera ligada e o microfone desligado. Quando trocarmos ideias, aí ligamos o microfone.