

# PROJETO 2

Professor: Todas as orientações e respostas das atividades propostas neste Projeto estão no **Manual do Professor – Orientações específicas**.

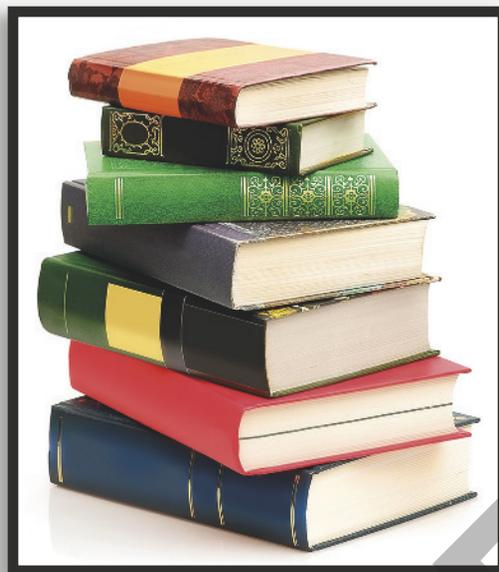


## Videotutorial

- Assista ao videotutorial com orientações sobre este projeto.

# Museu da Juventude

Tempo estimado para a realização deste Projeto: 12 semanas.



PROKRIDA/SHUTTERSTOCK



ORCHID24/SHUTTERSTOCK



AMY27FEB/SHUTTERSTOCK



THANES.OP/SHUTTERSTOCK

**Tema integrador:** Protagonismo juvenil

**Objetivo:** Organizar uma exposição de objetos que tenham importância para você e para os demais jovens de sua comunidade, elaborando material informativo ao público da escola e da comunidade sobre os processos sociais, econômicos, científicos e tecnológicos envolvidos na produção e distribuição de tais objetos.

**Justificativa:** Compreender a importância dos processos de produção e circulação de bens e mercadorias na organização social contemporânea, levando em consideração sua relevância para as diferentes culturas juvenis e observando a diversidade entre os jovens.

**Questões desafiadoras:** Quais objetos são relevantes para diversos grupos de jovens de diferentes comunidades e que processos sociais, políticos, econômicos, históricos, científicos e tecnológicos são necessários para que sejam produzidos e se tornem acessíveis? O que esses objetos dizem sobre nossa sociedade?

**Professor-líder sugerido:** Geografia

Este mosaico de fotografias mostra alguns exemplos de objetos presentes no cotidiano de muitos jovens em todo o Brasil. Alguns deles são relevantes para você? Quais? O que eles podem nos dizer sobre quem os utiliza? O que eles podem nos dizer sobre as relações sociais ao nosso redor? Que hipóteses você pode elaborar com seus colegas sobre o que torna esses objetos possíveis?



FOOD TRAVEL STOCK/SHUTTERSTOCK



BRIAN SENIC/SHUTTERSTOCK



NATALIA KSHUTTERSTOCK



PIXEL-SHOT/SHUTTERSTOCK



ADUTT/SHUTTERSTOCK

Celulares, maquiagens, *jeans*, fones de ouvido, tênis, óculos, livros, cadernos, sapatos, mochilas... São muitos os objetos que nos rodeiam e consumimos cotidianamente. Mas você já parou para pensar de onde eles vêm? Como chegaram até você? Quais processos sociais, econômicos e tecnológicos estão envolvidos na produção e distribuição de cada um deles?

**Temas contemporâneos transversais:** Economia; Meio Ambiente

## O que este projeto mobiliza?

### Competências Gerais da Educação Básica

7. Argumentar com base em fatos, dados e informações confiáveis, para formular, negociar e defender ideias, pontos de vista e decisões comuns que respeitem e promovam os direitos humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global, com posicionamento ético em relação ao cuidado de si mesmo, dos outros e do planeta.
3. Valorizar e fruir as diversas manifestações artísticas e culturais, das locais às mundiais, e também participar de práticas diversificadas da produção artístico-cultural.
8. Conhecer-se, apreciar-se e cuidar de sua saúde física e emocional, compreendendo-se na diversidade humana e reconhecendo suas emoções e as dos outros, com autocrítica e capacidade para lidar com elas.

## CONHECENDO O PROJETO

No início do projeto, você e seus colegas vão observar objetos que podem ser relevantes para jovens de grupos e comunidades dos quais vocês fazem parte. Com base em textos e atividades, vão se aprofundar nos processos que permitem que tais objetos existam e circulem em nossa sociedade, refletindo sobre as relações sociais em seu entorno, inclusive nas diferentes culturas juvenis. Para isso, você e seus colegas vão realizar uma entrevista com um trabalhador que atue diretamente em algum ponto da cadeia de produção ou distribuição de um desses objetos. O conhecimento adquirido ao longo do trabalho deverá ser compartilhado com a comunidade escolar e com um público externo à escola por meio de uma exposição intitulada Museu da Juventude.

## CONHECENDO O PRODUTO FINAL

O Museu da Juventude organizado por você e seus colegas deve exibir não apenas exemplares dos objetos trabalhados e escolhidos neste projeto, mas também recursos complementares educativos (vídeo, infográfico, texto, cartaz ou panfleto). A ideia é que os visitantes da exposição possam apreender o conhecimento construído por vocês ao longo deste projeto.

## MATERIAL

- Exemplares dos objetos escolhidos (ver orientações na Etapa 1);
- espaço para disposição dos objetos no Museu da Juventude (pode ser uma sala de aula ampla ou um espaço na quadra de esportes, por exemplo);
- cartolina e canetas coloridas ou papel especial (gramatura alta) para impressão;
- impressora (caso não seja possível ter acesso a impressora, vocês podem confeccionar os materiais à mão);
- câmera fotográfica ou aparelho de telefone celular com câmera (opcional);
- gravador de voz ou aparelho de telefone celular com recurso (ou aplicativo) de gravação de voz;
- computador (caso não seja possível usar computador, vocês podem utilizar folhas de papel para fazer uma planilha manualmente).

## Ciências Humanas e Sociais Aplicadas: Competências Específicas e Habilidades trabalhadas neste projeto

Professor: As Competências Específicas da área de Linguagens e suas Tecnologias trabalhadas neste Projeto estão relacionadas no **Manual do Professor – Orientações específicas**.

Competências	Habilidades
1. Analisar processos políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais nos âmbitos local, regional, nacional e mundial em diferentes tempos, a partir da pluralidade de procedimentos epistemológicos, científicos e tecnológicos, de modo a compreender e posicionar-se criticamente em relação a eles, considerando diferentes pontos de vista e tomando decisões baseadas em argumentos e fontes de natureza científica.	(EM13CHS104) Analisar objetos e vestígios da cultura material e imaterial de modo a identificar conhecimentos, valores, crenças e práticas que caracterizam a identidade e a diversidade cultural de diferentes sociedades inseridas no tempo e no espaço.

Competências	Habilidades
3. Analisar e avaliar criticamente as relações de diferentes grupos, povos e sociedades com a natureza (produção, distribuição e consumo) e seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas à proposição de alternativas que respeitem e promovam a consciência, a ética socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional, nacional e global.	(EM13CHS301) Problematizar hábitos e práticas individuais e coletivos de produção, reaproveitamento e descarte de resíduos em metrópoles, áreas urbanas e rurais, e comunidades com diferentes características socioeconômicas, e elaborar e/ou selecionar propostas de ação que promovam a sustentabilidade socioambiental, o combate à poluição sistêmica e o consumo responsável.  (EM13CHS303) Debater e avaliar o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas à percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo e à adoção de hábitos sustentáveis.
4. Analisar as relações de produção, capital e trabalho em diferentes territórios, contextos e culturas, discutindo o papel dessas relações na construção, consolidação e transformação das sociedades.	(EM13CHS404) Identificar e discutir os múltiplos aspectos do trabalho em diferentes circunstâncias e contextos históricos e/ou geográficos e seus efeitos sobre as gerações, em especial, os jovens, levando em consideração, na atualidade, as transformações técnicas, tecnológicas e informacionais.

## ETAPAS

### ETAPA 1 - Mapeando culturas e objetos

Para começar o projeto, é preciso observar ao seu redor e fazer uma reflexão sobre a presença de objetos no cotidiano. Você vai identificar quais objetos são relevantes para você e para outros jovens (que façam parte de diferentes comunidades e grupos) e vai definir um objeto que será o objeto-tema de seu trabalho ao longo do projeto.

### ETAPA 2 - Infográfico: a vida secreta dos objetos

Partindo de um trabalho de pesquisa, nesta etapa você vai identificar e mapear processos envolvidos na produção e circulação do objeto-tema escolhido.

### ETAPA 3 - O trabalhador por trás do objeto

Em todos os processos identificados na etapa anterior há, sem dúvida, trabalho humano envolvido. Para compreender as relações sociais que produzem e fazem circular esses objetos, você vai identificar o trabalho humano e as diferentes funções presentes nesses processos. Então, você vai escolher um trabalhador que atue em algum ponto da cadeia de produção e distribuição do objeto escolhido.

### ETAPA 4 - Realizando uma entrevista de inspiração etnográfica

Considerando as realizações anteriores, esta etapa vai auxiliar você a preparar e realizar uma entrevista de inspiração etnográfica com um dos trabalhadores que atua na cadeia de produção e circulação do objeto escolhido. Você encontrará, nesta etapa, sugestões para conduzir a entrevista.

### ETAPA 5 - Codificação (codagem) e análise da entrevista

Depois da realização da entrevista na etapa anterior, você deverá transformar seu conteúdo em dados. Para isso, você vai fazer a transcrição, a codificação (ou codagem) e a análise da entrevista.

### ETAPA 6 - Planejando, montando e divulgando o Museu da Juventude

Finalmente, partindo do trabalho já realizado nas etapas anteriores, este será o momento de organizar e planejar o Museu da Juventude. Você e seus colegas devem escolher o espaço e definir a disposição dos objetos, os horários de abertura para visitação, os recursos complementares disponíveis e outros detalhes que farão diferença na experiência do público visitante.

### ETAPA 7 - Autoavaliação

Nesta etapa, você vai elaborar uma autoavaliação reflexiva sobre o seu processo de aprendizado e engajamento neste projeto.



# Mapeando culturas e objetos

## Objetos no cotidiano dos jovens

As fotografias a seguir mostram quatro jovens brasileiros. Ao observá-las, procure refletir: a que grupos você supõe que pertencem os jovens retratados? Em que você está se baseando para elaborar essas hipóteses? Qual seria a importância dos objetos para a primeira impressão que você teve ao observar cada fotografia?

FOTOGRAFIAS: LUCAS DUARTE DE SOUZA



Observe as imagens dos jovens acima: o que você pode afirmar sobre cada um deles? É possível deduzir ou criar hipóteses sobre seus gostos, preferências, atividades que fazem, grupos aos quais pertencem? Qual é o papel dos objetos que estão com eles nas imagens para que essa identificação seja possível? Que objetos você tem, usa e mostra em seu cotidiano? Eles desempenham um papel na sua forma de se expressar, se reconhecer como parte de um grupo e ser identificado como tal? Nas imagens, de 2019 (da esquerda para direita, de cima para baixo): jovens em São Bernardo do Campo (SP); em Carapicuíba (SP); em Santo André (SP); e São Bernardo do Campo (SP).

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

## Primeiras reflexões

Os objetos ganham relevância em nosso cotidiano não apenas por sua utilidade prática, mas também pelo valor afetivo que comunicam e até mesmo pelo quanto construímos nossa identidade ligada a eles.

É por tudo isso que os objetos de relevância em seu cotidiano e de seus colegas serão o ponto de partida – e de chegada – deste projeto. Eles vão compor, ao final do projeto, um Museu da Juventude, que vai trazer ao público da comunidade escolar e de fora da escola reflexões críticas sobre a presença desses objetos na vida social e sua relação com diferentes culturas juvenis. Para começar, partiremos de algumas reflexões e de atividades de sensibilização. Vamos lá?

## Consumo e propaganda

Vivemos em uma sociedade em que o consumo é muito estimulado, principalmente por meio de propaganda. Somos induzidos a comprar produtos que, muitas vezes, não são necessários. Contudo, a partir do momento que adquirimos esses produtos, eles podem se tornar necessidades em nosso cotidiano, pois, talvez, não consigamos operar sem eles. Também somos levados sistematicamente a trocar bens já utilizados por outros mais novos e mais modernos, descartando os antigos.

A própria indústria programa a vida útil dos produtos, ou seja, o tempo que eles devem durar para serem substituídos por novos, tecnologicamente mais modernos. Exemplos disso são *smartphones*, *tablets*, computadores e outros eletrônicos. A durabilidade desses produtos é pequena, visto que as indústrias planejam a sua obsolescência.

Esse processo é conhecido como **obsolescência programada**. Nesse contexto, somos induzidos a comprar bens e mercadorias em uma velocidade cada vez maior.

Você já reparou que alguns aparelhos eletroeletrônicos em geral quebram assim que o período de garantia expira? O termo “obsolescência programada” descreve o mecanismo que provoca esse efeito: muitos fabricantes, para manter um fluxo de consumo de seus produtos, fazem escolhas de materiais e processos de fabricação que garantem que o aparelho não dure muito. Dessa forma, a mesma pessoa que comprou certo objeto em dado momento, certamente comprará um novo objeto dali a um tempo mais ou menos certo (em geral entre dois e cinco anos, dependendo do aparelho).



Frequentemente são lançados novos modelos de *smartphones* que induzem o consumidor a trocar seu aparelho antigo por um novo. Muitas vezes, o consumidor é estimulado a trocá-lo por um mais moderno porque as propagandas têm a tendência de enfatizar que o antigo já está “tecnologicamente ultrapassado”. Na fotografia, loja comercializando alguns tipos de *smartphone* em Salvador (BA). Fotografia de 2018.

## Culturas juvenis, estilos, mercado e consumo

Muitos dos objetos que consumimos e utilizamos no cotidiano revelam nossas crenças, valores e visões de mundo, além de serem uma maneira de afirmarmos nossa própria identidade. Dessa forma, podemos entender os objetos como expressões das escolhas práticas que fazemos e da maneira como agimos no mundo.

Quanto podemos conhecer de nós mesmos e da sociedade em que vivemos por meio da análise dos objetos cotidianos? Sem dúvida, eles revelam escolhas pessoais e subjetivas, assim como conhecimentos e valores produzidos socialmente ao longo do tempo.

Existe, contudo, outro aspecto que devemos considerar em nossas reflexões: as necessidades criadas pela indústria são produzidas para atender às demandas da sociedade ou são inventadas e reinventadas artificialmente para alimentar o próprio mercado de consumo? Temos plena autonomia em relação às escolhas dos produtos que consumimos?

O filósofo alemão da Escola de Frankfurt, Herbert Marcuse (1898-1979), refletiu sobre essa questão em seu livro *A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional*, publicado na década de 1960. Nessa obra ele ponderou também sobre como os seres humanos vêm se afastando de suas necessidades vitais (em um processo típico da sociedade capitalista) e sobre a criação de novos desejos que atendem aos interesses econômicos e às condições de reprodução da estrutura social.

Esse distanciamento dos seres humanos em relação ao meio ambiente, aos objetos produzidos pelos próprios seres humanos e à totalidade do processo de trabalho e de manutenção da vida foi chamado, de forma geral, por Karl Marx (1818-1883), de alienação. A palavra "alienação", nesse contexto, é recuperada no sentido de tornar algo (no caso, as pessoas) alheio a alguma coisa, distanciado de certa coisa (no caso, os objetos, o trabalho, o meio ambiente).



Qual é a função da propaganda, no contexto da produção e do consumo em um mercado altamente rotativo, em que são lançadas novidades a cada momento? As reflexões propostas por Marcuse apresentam uma crítica da relação entre desejo e consumo no mundo contemporâneo. Na imagem, um exemplo de propaganda direcionada a adolescentes nos Estados Unidos, na década de 1960. O texto, em inglês, brinca com o que seria na época uma "novidade", que são os tons de *nude* em batons: "Des-anunciando o des-batom da Natural Wonder!". O nome sugestivo da linha de batons, "Natural Wonder", significa "Maravilha Natural".



### Un-nouncing 'Un-Lipstick' by Natural Wonder!

'Un-Lipstick'? It's pale, but the shine won't fail. Bare, but the color's there (and never, never changes on your lips). In gleamy little mouthcolors like Ivory Blizzard and Frozen Peaches, Sheer Shiver Pink and Nothing Frosted. 24 shades in all, including the palest frosted ever put on ice. 'Un-Lipstick'. The liveliest thing that will happen to your lips until you next get kissed.

Natural Wonder 'Un-Lipstick'



SUZANNE VINER/THE ADVERTISING ARCHIVES/ALAMY/FOTOARENA

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Como os jovens são atingidos pelo mercado de consumo? Como os jovens desenvolvem suas identidades, sua definição de estilos, seus modos de ser e de viver? Você considera que tem autonomia e capacidade para criar seu próprio estilo de vida e consumo? A propaganda, o *marketing* e as mídias influenciam nas suas escolhas?

## Juventude, consumo e indústria cultural

Como construímos nossos gostos? Que objetos desejamos? Que atividades ou experiências gostaríamos de ter? De onde vêm esses sonhos e desejos? Muitas vezes, os gostos são intermediados pelo consumo – temos a sensação de que, se conseguirmos comprar certos objetos ou adquirir certas experiências (como uma viagem a um lugar específico, por exemplo), seremos a pessoa que almejamos. Quem é essa pessoa almejada na escolha de roupas, aparelhos eletrônicos, sapatos, acessórios de moda, estilos musicais, alimentos?

O texto a seguir discute alguns aspectos dessa relação: como a indústria cultural se volta para o consumo dos jovens? Depois de realizar a leitura deste texto, você e seus colegas vão fazer, em grupos, algumas atividades (localizadas nas próximas páginas) para ampliar essas reflexões.

O consumo cultural destinado à juventude tem característica peculiar, pois nesse caso a condição juvenil é, em geral, vista de forma positiva. Isso é o contrário das situações nas quais o jovem vive problemas sociais que dificultam seu acesso à escolaridade ou está procurando trabalho, contexto em que é visto com frequência como imaturo, rebelde, delinquente, pouco qualificado e inexperiente. Na esfera do consumo, há uma imagem construída da condição juvenil como etapa áurea da vida, idade na qual se pode desfrutar do tempo livre, do lazer, do vigor, dos esportes, da sexualidade e da criatividade artística.

Mesmo quando os bens culturais assumem traços que a sociedade considera negativos nos jovens (roupas desajeitadas, gírias, agressividade), tais elementos podem ser interpretados como expressões da “liberdade” e rebeldia criadora próprias “da idade”. Nesse caso, são vistos não como expressões construídas pelos próprios jovens, mas como caricaturizações elaboradas segundo o mundo adulto. Algumas de suas características são acentuadas, idealizadas e transformadas em essência da juventude e da própria vida.

O discurso publicitário também associa a juventude ao próprio ato de consumir. Ainda que o consumo cultural construa uma imagem posi-

tivada da juventude, a diversidade de condições sociais e econômicas nem sempre permite que os próprios jovens possam vivenciar as idealizações de que são objeto. A força da indústria cultural contribui de forma decisiva para uma série de exclusões e diferenciações entre as múltiplas condições juvenis. Por exemplo, os jovens pobres têm possibilidades sensivelmente reduzidas – às vezes, inexistentes – de consumir em espaços como restaurantes, concertos, *shows* e *shoppings* ou de ter acesso a viagens turísticas e bens culturais. [...]

[...]

Na discussão do papel do consumo cultural para os jovens, há que se buscar um equilíbrio. Embora ocorram a apropriação e a domesticação dos estilos jovens por parte da indústria cultural – inclusive da imagem do jovem revolucionário –, transformando-os em caricaturas e produtos reproduzidos em série (o estilo torna-se moda), as expressões dos grupos ou subculturas juvenis seriam, sobretudo, reinterpretações que esses segmentos fazem dos problemas, das potencialidades e dos rumos possíveis da sociedade que os cerca.

CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Souza Porto. *Culturas juvenis: múltiplos olhares*. São Paulo: Unesp, 2008. p. 19-20. (Paradidáticos. Série Cultura).

## Consumo e imaginação de classe

Entre o final de 2013 e o início de 2014, encontros de jovens em *shopping centers* de grandes cidades viraram notícia. Foram os chamados “rolezinhos”. Viraram notícia não apenas pela imensa concentração de participantes (houve encontros com até 6 mil pessoas), mas pelo fato de os frequentadores não serem esperados pelas administrações dos *shoppings* e de suas lojas. Agora, você e seus colegas, reunidos em grupos, vão ler alguns textos e observar imagens para conhecer aspectos dos “rolezinhos”. Com isso, vocês poderão refletir um pouco mais sobre a relação entre gosto, desejo de consumo, consumo e posição social no caso dos “rolezinhos”.

O consumo também pode ser considerado uma questão de cidadania, no sentido da democratização do acesso a certos bens materiais e espaços de consumo. Os “rolezinhos”, agendados pela internet, atraíram enormes grupos de jovens da periferia paulistana, em sua maioria negros, para *shoppings* em zonas centrais da cidade. Uma espécie de grito pelo direito ao lazer e ao consumo desses jovens de periferia, os rolezinhos foram rapidamente proibidos pelas empresas de segurança privadas atuantes nesses locais. Na imagem, rolezinho em um *shopping* de São Paulo (SP), em janeiro de 2014.



ROBSON VENTURA/FOLHAPRESS

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

### Texto 1

Os sentidos de bens originais e falsos são diferentemente atribuídos conforme a posição de classe. Por mais que admitamos que a pirataria seja consumida em número maior entre os grupos populares do que entre as camadas médias (embora não haja estatística confiável que prove isso), não significa que exista apreço a esses objetos, mas também não significa descaso. Nossos exemplos mostraram os momentos em que o consumo de produtos piratas constituía uma estratégia interessante para determinadas situações. Nossa ênfase, contudo, foi dada à importância das mercadorias “caras”. Enquanto para as classes médias ter um bem original pode ser algo simplesmente dado, que assegure a “garantia” e a “qualidade”, para os grupos populares não se trata apenas disso. “Coisas boas de verdade” são obtidas por meio de esforços e proporcionam a possibilidade de manipular a imaginação de classe. Em meio a uma sociedade que discrimina pela renda e pela cor, o sentido de “coisa boa” certamente é mais importante para uns do que para outros.

SCALCO, Lucia; PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 321-359, 2010. p. 353.

## Texto 2

Havia um prazer e empoderamento nesse ato de descer até o *shopping*. Eles não queriam assustar, porque nem imaginavam que a discriminação fosse tão grande que eles pudessem assustar. Muito pelo contrário: eles faziam um ritual de se vestir, de usar as melhores marcas e estar digno a transitar pelo *shopping*. Uma vez um menino disse que usava as melhores roupas e marcas para ir ao *shopping* para ser visto como gente. Ou seja, a roupa tentava resolver uma profunda tensão da visibilidade de sua existência. Mas, noutro canto, os donos da loja se assustavam e cuidavam para ver se eles não roubavam nada. Um funcionário disse à Lucia a mais honesta frase de todas (uma honestidade que corta a alma): “não adianta eles se vestirem com marca e virem pagar com dinheiro. Pobre só usa dinheiro vivo. Eles chegam aqui e a gente na hora vê que é pobre”. Eles, no entanto, acreditavam que eram os mais adorados e empoderados clientes das lojas.

Um funcionário da [loja de roupas esportivas] uma vez declarou para a pesquisa: “nós nos envergonhamos desse fenômeno de apropriação da nossa marca por esses marginais”. Mas eles nos diziam: “as marcas deveriam nos pagar para fazer propaganda, porque nós as amamos. [...]”

Esse tema [presente no caso dos rolezinhos] me aproxima ao que a antropologia tem de melhor: ouvir as pessoas. Não há uma grande diferença do “rolezinho” organizado e ritualizado das idas aos *shoppings* mais ordinárias (ainda que a ida ao *shopping* pelas classes populares nunca tenha sido um ato ordinário), mas vejo uma continuidade que culmina num fenômeno político que nos revela o óbvio: a segregação de classes brasileiras que grita e sangra. O ato de ir ao *shopping* é um ato político: porque esses jovens estão se apropriando de coisas e espaços que a sociedade lhes nega dia a dia. [...] Há contestação política nesse evento, mas também há camadas muito mais profundas por trás disso.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Etnografia do rolezinho. *Carta Capital*, 15 jan. 2014. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/etnografia-do-201crolezinho201d-8104/>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.



Os “rolezinhos” foram abordados e discutidos amplamente, em diversos jornais, revistas e artigos. Angeli (1956-), renomado chargista brasileiro, tratou do assunto na sua charge intitulada “Rolezinhos”, publicada no jornal *Folha de S.Paulo*, em 17 de dez. 2013.

### Texto 3

Os rolezinhos (encontros de jovens da periferia em locais frequentados pela classe média alta) causaram barulho não somente nos *shoppings*, mas no mercado das marcas de luxo. Algumas delas consultaram o Instituto Data Popular, especializado em dados de mercado desse segmento, para pedir orientações de como desvencilhar sua imagem dos frequentadores das reuniões.

“Boa parte das marcas tem vergonha de seus clientes mais pobres. São marcas que historicamente foram posicionadas para a elite e o consumidor que compra exclusividade pode não estar muito feliz com essa democratização do consumo”, disse Renato Meirelles, diretor do Data Popular. [...] “Algumas empresas me procuraram dizendo ‘minha marca está virando letra de música, febre na periferia e não quero estar associado a esse pessoal’”, disse.

Segundo Meirelles, antes de qualquer mudança, ele orienta a empresa a entender o motivo de esse público procurar por sua marca. Além das empresas preocupadas com a associação, outras que viram o aumento da renda da classe C como uma grande oportunidade de negócio também consultaram o Data Popular para saber como atingir esse público. “Depois da consultoria, duas marcas ainda insistiram em se descolar da classe C, enquanto outras quatro quiseram entrar”, afirma Meirelles.

NEUMAN, Camila. Marcas de grife têm vergonha de seus clientes mais pobres, diz Data Popular. *UOL*, São Paulo, 3 fev. 2014. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/marcas-de-grife-tem-vergonha-de-clientes-mais-pobres-diz-data-popular.htm>>. Acesso em: 9 dez. 2019.

## ATIVIDADES

## CONSUMO, DIGNIDADE, CLASSE SOCIAL

Não escreva no livro.

Agora, organizados em grupos, respondam às seguintes questões. Elas servirão, mais uma vez, como importantes reflexões a serem feitas por vocês neste projeto.

1. Quais são os principais atores ou agentes sociais envolvidos no episódio dos “rolezinhos” ocorridos em *shopping centers* de diversas cidades brasileiras entre 2013 e 2014? Ou seja, quem eram os indivíduos, setores ou grupos cujos interesses estavam em jogo e entraram possivelmente em conflito? Que interesses eram esses?
2. Que conflitos foram gerados na ocasião? Houve solução ou apaziguamento desses conflitos de alguma maneira? Como? Se necessário, consultem notícias da época para responder à questão.
3. Quais dos interesses observados na primeira pergunta foram atendidos com a resolução ou o apaziguamento do caso? Por que vocês acham que esses interesses foram atendidos?
4. Na charge, na imagem e nos textos, que relação se estabelece entre consumo, dignidade e classe social? Vocês enxergam processos semelhantes em seu cotidiano? Quais são eles e como se manifestam?
5. Com base na análise dos textos, das imagens e das perguntas já respondidas, procurem explicar o que as antropólogas Lucia Scalco e Rosana Pinheiro-Machado querem dizer com a expressão “manipular a imaginação de classe”, no Texto 1. Para responder, retornem ao texto para ler a frase em seu contexto original. Outra dica para compreender essa expressão é reler também o Texto 2.
6. Agora, procurem responder: até que ponto é possível (ou impossível) uma verdadeira “democratização do consumo”, em que todos possam consumir produtos disponíveis no mercado, bastando, para isso, ter dinheiro para comprá-los?

## Consumo e descarte de resíduos: um problema mundial

Em uma sociedade estruturada pela necessidade de crescimento econômico constante, em que o consumo tem um papel decisivo, um dos grandes problemas é o descarte de resíduos (lixo sólido). Esses resíduos, quando não são corretamente coletados, vão parar em lixões ao ar livre (trazendo problemas ambientais e contaminação dos solos e da água) e podem ser levados por córregos e rios que deságuam no mar, causando grande poluição. Há ainda, de maneira geral, pouca reciclagem de resíduos sólidos.

O lixo sólido, quando não coletado adequadamente, pode levar ao assoreamento dos rios; nos mares, pode levar à poluição da costa e da área dos oceanos.

Atualmente, no oceano Pacífico norte, entre a costa dos estados da Califórnia e do Havaí, há uma enorme ilha de lixo, formada principalmente por plásticos. Essa “ilha” conta com 1,6 milhão de km<sup>2</sup>, duas vezes o tamanho da França, e é conhecida como Grande Mancha de Lixo do Pacífico. Esse lixo todo vem do continente, trazido basicamente por rios e também pelo descarte incorreto de lixo realizado por cidades litorâneas. Os efeitos da contaminação da água são intensos. O lixo sólido muitas vezes é confundido com alimento e ingerido pelos animais aquáticos; alguns peixes, por exemplo, têm cada vez mais microplásticos detectados em seu organismo.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

JEFF MILISEN/ALAMY/FOTOARENA



Acúmulo de detritos no mar em área próxima à cidade de Kona, no Havaí, Estados Unidos. A imagem foi feita justamente na região em que se localiza a Grande Mancha de Lixo do Pacífico. Fotografia de 2018.

## Recursos naturais

O desenvolvimento econômico, no capitalismo, levou a uma intensa intervenção do ser humano na natureza, em busca de recursos para transformar bens em mercadorias e manter altas taxas de lucro e crescimento. O aumento do consumo, como parte desse ciclo, tem feito com que a ação antrópica no ambiente seja cada vez maior e mais impactante.

Essa realidade tem consequências nefastas para o meio ambiente, colocando em xeque a noção de progresso que temos hoje. É cada dia mais frequente a necessidade de discutirmos a intervenção humana na natureza visando garantir aos seres humanos extrair o seu sustento e o de gerações futuras, sem esgotar os recursos existentes, alcançando práticas sustentáveis que efetivamente consigam preservar os recursos naturais.

Manifestantes participam da Greve Mundial pelo Clima, realizada na Avenida Paulista, em São Paulo (SP), em 2019. O ato mobilizou mais de 150 países e, aproximadamente, 40 cidades brasileiras. Os ativistas pediam ações concretas de governantes no combate às mudanças climáticas, como o aquecimento global.



SUAMY BEYDOUN/AGIF/AP PHOTO/GLOW IMAGES

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.



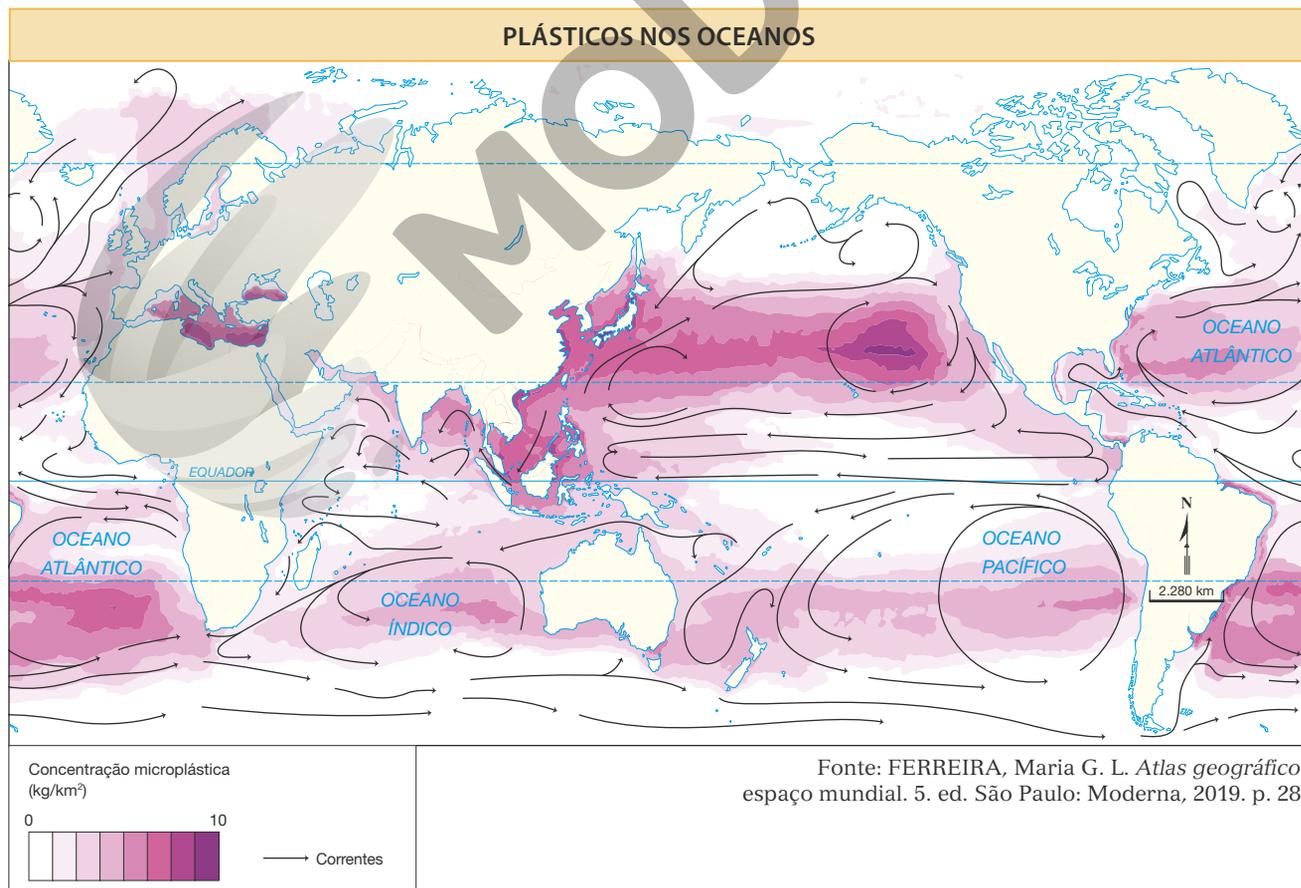
ROBERT HARDING/ALAMY/FOTOARENA

Mina de cobre e enxofre, no rio Tinto, em Huelva, Espanha. Após a exploração do minério, em alguns casos, as empresas responsáveis abandonam os pontos de extração sem se preocuparem com as possíveis consequências que a mina, sem o devido tratamento, pode trazer ao ambiente. Fotografia de 2016.

Garrafas de água e de refrigerantes feitas de PET (polietileno tereftalato) precisam de até 400 anos para se decompor; um copo de plástico, por sua vez, permanece pelo menos 200 anos no ambiente. Hoje, além das garrafas PET, canudos, copos, pratos e talheres descartáveis estão entre as principais fontes de poluição por plásticos. Cidades e países ao redor do mundo estão proibindo ou dificultando o uso desses utensílios como forma de diminuir a poluição provocada pelo plástico. No entanto, sabe-se que esse tipo de política pública não elimina o problema do uso e da produção industrial do plástico, que tem um impacto maior do que o uso individual e doméstico no meio ambiente e, ao mesmo tempo, não resolve os problemas das políticas públicas de tratamento de lixo.

1. Organizem-se em duplas e, com o auxílio do professor, realizem um debate sobre o assunto. Algumas duplas devem listar argumentos a favor da proibição de utensílios e garrafas plásticas (uso individual e doméstico), dando exemplos de lugares onde essa e outras políticas públicas semelhantes deram certo. Outras duplas devem listar argumentos contrários a esse tipo de política pública, dando exemplos concretos também de políticas públicas semelhantes e evidenciando seus limites.
2. Após o encerramento do debate, discutam coletivamente em sala de aula: ações como essas podem ser implantadas em nível local? Que outras propostas podem ser realizadas para diminuir o uso intensivo dos plásticos e do descarte e tratamento indevido desses materiais?

É importante perceber, ao observar este mapa, que ele apresenta informações sobre a concentração de plástico (chamada, aqui, de concentração microplástica) nos oceanos. Entre os locais com maior concentração microplástica, estão o mar Mediterrâneo e áreas do oceano Pacífico.



## Escolhendo um objeto para ser analisado neste projeto

Nesta etapa do projeto, você e seus colegas estão fazendo diversas reflexões sobre consumo, juventude, identidades e valores.

Essas importantes reflexões consideram, inclusive, questões amplas como o problema envolvendo o descarte de resíduos sólidos e a poluição do ambiente. Vocês já sabem, por exemplo, que um dos grandes problemas em uma sociedade altamente industrializada é o descarte de resíduos (o chamado lixo sólido).

Agora, munidos dessas reflexões, chegou a hora de realizar uma primeira atividade prática que vai impulsionar a organização do Museu da Juventude neste projeto. Você vai realizar uma caçada fotográfica a objetos. Explicações sobre essa caçada e os passos necessários para executá-la estão expostos a seguir. Vamos lá?

### ATIVIDADES

### CAÇADA FOTOGRÁFICA

Não escreva no livro.

Para fazer a “caçada fotográfica”, utilize uma câmera fotográfica ou um aparelho de telefone celular com câmera. Caso não tenha acesso a esses equipamentos, você pode fazer uma pesquisa de imagens na internet ou em jornais e revistas impressos que possam ser recortados. O objetivo é coletar o maior número possível de exemplares de objetos que você considere relevantes – seja por sua utilidade prática, seja por sua importância para comunicar ao mundo quem você é (ou seja, sua identidade) – e que estejam presentes em seu cotidiano. As atividades a seguir servem para orientar este trabalho:

1. Ao longo de um ou dois dias, fotografe (ou selecione imagens prontas na internet, em jornais ou revistas) pelo menos 20 objetos que você considera relevantes e que estejam presentes em seu cotidiano. Pergunte-se o que torna cada um desses objetos relevantes para você. Com base em sua resposta, divida-os em três grupos:
  - Objetos relevantes pela utilidade e praticidade.
  - Objetos importantes para minha identidade.
  - Objetos com alto valor afetivo ou emocional.
2. De volta à escola, compare seus resultados com os de seus colegas. Juntos, procurem refletir sobre as seguintes questões:

- a) Houve objetos considerados relevantes por todos ou pela maior parte da turma? Quais? Os motivos para terem sido considerados relevantes foram os mesmos?
- b) Houve tendências entre grupos de estudantes (por exemplo, motivos comuns para a escolha de certos objetos, por grupo de amizade, gênero ou outros critérios)? Quais?
- c) Foi selecionado algum objeto muito diferente dos demais? Identifique o motivo para a escolha do(s) objeto(s).

3. Com a turma, façam, também, uma reflexão levando em consideração as questões desafiantes deste projeto: quais objetos são relevantes para diversos grupos de jovens de diferentes comunidades e que processos sociais, políticos, econômicos, históricos, científicos e tecnológicos são necessários para que sejam produzidos e se tornem acessíveis? O que esses objetos dizem sobre nossa sociedade?
4. Agora, organizados em grupos e utilizando as imagens fotografadas, impressas ou recortadas, procurem construir uma montagem fotográfica ou colagem. Esses trabalhos constituem um primeiro panorama visual que aborda os objetos relevantes para cada grupo e podem ser utilizados como cartazes a serem inseridos no Museu da Juventude, no final do projeto.

# Investigando o objeto escolhido

Por meio da “caçada fotográfica”, você e seus colegas já puderam identificar objetos relevantes no cotidiano de vocês.

Agora, a atividade proposta a seguir funciona como uma espécie de pré-roteiro de trabalho, que deverá guiar a investigação em torno de um objeto escolhido (ou objeto-tema). Lembre-se: seguindo as orientações do professor e considerando o tamanho da turma, é possível realizar a atividade individualmente ou em pequenos grupos.

## ATIVIDADES

## JUVENTUDES E OBJETOS

Não escreva no livro.

1. Com base na discussão e nas reflexões realizadas na atividade anterior, escolha um único objeto que será o objeto-tema de seu projeto. Pode ser um objeto que apareceu na listagem da atividade anterior ou não – o importante é que as reflexões propostas guiem a escolha desse objeto. Procure escolher um objeto que seja acessível a você, pois ele deverá ser exposto no Museu da Juventude (produto final deste projeto).
2. Após, a escolha do objeto, responda às questões propostas a seguir. Essas reflexões guiarão o início de seu trabalho.
  - a) Qual é o objeto que você escolheu para analisar em seu trabalho?
  - b) Por que você escolheu esse objeto? O que vê de interessante nele?
  - c) Qual é o valor que esse objeto tem para você? Por que acha que ele tem esse valor? O valor se reflete no preço?
  - d) Quais outras informações você consegue obter sobre esse objeto a partir de uma observação atenta? Por exemplo, há uma etiqueta informando onde ele foi produzido ou indicando os componentes e materiais utilizados na fabricação?
3. Agora, analise as propagandas publicitárias do objeto escolhido por você. Elas se voltam para um público específico? Você se encaixa no tipo de público-alvo para o qual a publicidade procura difundir o produto? Qual discurso e visões de mundo estão sendo comunicados por essas peças publicitárias? Se necessário, converse com seu professor de Filosofia sobre essas questões.
4. Com todas as respostas em mente, produza um **mapa mental** sobre o objeto-tema. Para elaborar o seu mapa mental, comece escrevendo o nome do objeto no centro de uma folha de papel. Puxando linhas ou flechas, conecte palavras que vêm à sua mente em relação ao objeto. Procure usar palavras, sendo sucinto, e não frases ou textos longos. As palavras podem ser informações sobre o objeto (por exemplo, o nome do país onde foi produzido, um adjetivo indicando sua opinião sobre o preço etc.). Utilize cores, traços e formas para diferenciar as palavras e estabelecer relações entre elas, além dos traços e das flechas característicos dos mapas mentais.
5. Com o mapa mental pronto, você terá um primeiro registro das principais ideias e percepções sobre o objeto-tema. Ao final do projeto, esse mapa mental deverá ser recuperado como parte da atividade de autoavaliação.

Um mapa mental é uma árvore de palavras conectadas a partir de uma palavra central.



# Infográfico: a vida secreta dos objetos

## Infográfico como forma de apresentar textos, dados e imagens

Para apresentar ao público do Museu da Juventude as informações relativas ao objeto-tema, você deve criar um infográfico. Para isso, será necessário realizar primeiro uma leitura preliminar de infográficos, familiarizando-se com essa linguagem. Em seguida, você e seus colegas deverão realizar uma pesquisa enquanto sistematizam um primeiro rascunho que pode se tornar o infográfico. Por fim, você e seus colegas vão, de fato, produzir um infográfico. As atividades desta etapa vão auxiliar vocês nesse processo.

### O que é um infográfico?

Os infográficos são formados por textos informativos e por elementos como imagens, dados, gráficos, ilustrações, esquemas etc. Eles constituem uma ótima forma de expor, explicar e compartilhar conteúdos de forma acessível, atraente e direta.

Hoje os infográficos são usados com bastante frequência tanto na mídia impressa (em jornais e revistas, por exemplo) como na digital (em portais de notícias, sites e outros formatos). Os infográficos são um exemplo importante de texto **multimodal**.

Um texto pode ser construído por variados tipos de linguagem, e não apenas pela linguagem verbal. A conexão entre múltiplas linguagens, como a verbal (escrita e oral) e a não verbal (visual), faz com que muitos textos, hoje, sejam considerados multimodais.



O uso de cores em jornais e revistas, em especial a partir das décadas de 1970 e 1980, deram importante impulso à produção de infográficos na mídia. Um dos primeiros jornais a utilizar infográficos foi o *USA Today*, que circula diariamente nos Estados Unidos. Isso ocorreu em 1982. Os primeiros infográficos naquele contexto eram elaborados para organizar e acomodar as informações referentes à previsão do tempo.

Após recolhida, a garrafa PET pode se tornar uma nova garrafa PET, um outro produto ou, ainda, matéria-prima para a fabricação de um outro tipo de produto, como uma camisa.

As questões a seguir servem para que você e seus colegas possam se familiarizar com a linguagem do infográfico. Reúnam-se em grupos ou em duplas para fazer as atividades propostas.

PROCESSO DE PRODUÇÃO DO TIJOLO

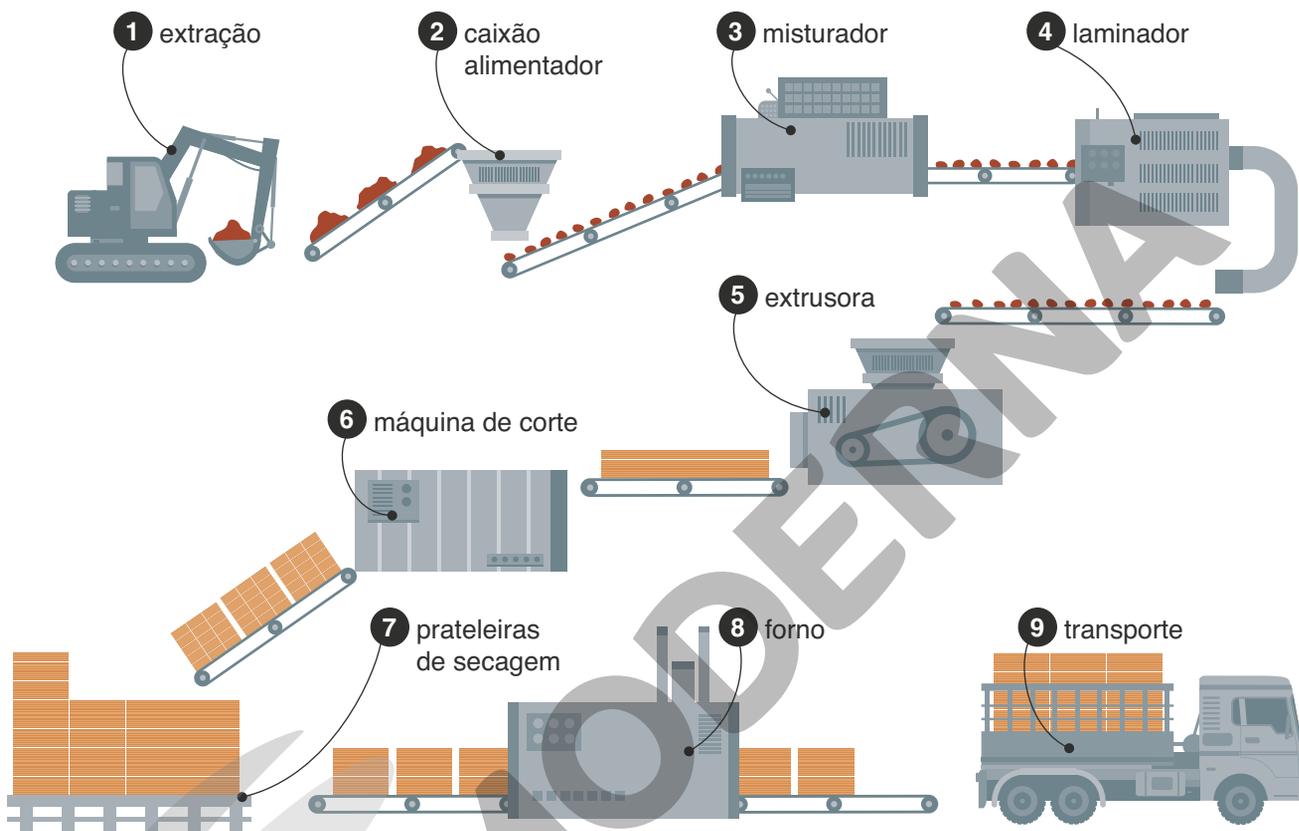


ILUSTRAÇÃO: ALEX ARGOZINO

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

1. Pesquise na internet, em sites confiáveis, infográficos que abordem a produção ou a distribuição de objetos comuns em seu cotidiano.
2. Considerando o infográfico pesquisado por vocês e o infográfico acima (que serve como exemplo), procurem observar:
  - Como é feito o uso de símbolos e de elementos gráficos e visuais? Que recursos foram utilizados por diferentes designers para informar os processos representados?
  - Qual é o tamanho dos textos disponíveis e como estão dispostos graficamente?
  - Que elementos relativos ao processo de produção e circulação do objeto estão presentes no infográfico? Quais recebem destaque?
3. Atentem-se agora para as informações transmitidas. O que vocês aprendem sobre o objeto em questão ao ler o infográfico? Qual é o nível de profundidade das informações?
4. Que recursos podem complementar o infográfico para o público que deseja saber mais sobre o processo que ele descreve?

Da mesma maneira que o infográfico anterior, este traz o processo de produção de um produto, no caso, o tijolo. As etapas, no entanto, não culminam em um processo de reciclagem, mas de distribuição do produto final à sociedade.

## Pensando sobre o infográfico em seu projeto

Com base na atividade anterior, você talvez já tenha algumas ideias sobre como gostaria que seu infográfico comunicasse certas informações. Contudo, é importante elaborar um primeiro rascunho baseado numa pesquisa que amplie, de fato, seus conhecimentos sobre o objeto-tema.

Os passos a seguir estruturam tanto a elaboração de um croqui para o infográfico quanto um quadro geral da pesquisa que deverá embasar todo o restante do seu trabalho e de seus colegas para o Museu da Juventude.

### ATIVIDADES

### PESQUISA E CROQUI

Não escreva no livro.

1. Faça um desenho ou esquema que represente as diferentes etapas e processos que ocorreram para que o objeto-tema chegasse até você, desde a extração da matéria-prima até a compra do produto já finalizado e entregue (nas lojas, por exemplo). Para produzir esse desenho ou esquema, é necessário realizar uma pesquisa utilizando bibliografia impressa e fontes confiáveis na internet sobre o processo de produção e circulação do objeto-tema. Caso outros colegas de sua turma tenham escolhido objetos semelhantes, vocês podem fazer esse trabalho coletivamente, em grupos ou duplas.
2. Utilize linhas e setas em seu desenho ou esquema para ilustrar e conectar as diferentes etapas. Para fazer isso, você pode retomar o mapa mental já elaborado na Etapa 1 deste projeto. As informações registradas naquele mapa mental certamente servem para complementar suas reflexões neste momento.
3. Acrescente um cifrão (\$) nas etapas de seu esquema em que, segundo a pesquisa, houve pagamentos, recebimento de dinheiro e geração de lucro, ou seja, em que o dinheiro esteve envolvido de alguma forma. Coloque observações marginais sucintas sobre essas transações (por exemplo: pagamento de salário a funcionários, pagamento de fornecedores etc.). Caso não encontre informações específicas sobre isso em sua pesquisa, você pode deduzir de maneira simples alguns processos (por exemplo: para uma fábrica funcionar, é necessário haver funcionários que recebem salário etc.).
4. Destaque, com canetas coloridas ou com algum outro recurso visual (desenhos, símbolos, recortes etc.), os personagens humanos envolvidos em cada etapa do processo (dono da fábrica, trabalhador da fábrica, trabalhador extrativista, motorista do caminhão que transportou, vendedor da loja etc.). Você deve, então, identificar a presença das pessoas, suas ações e funções nesse processo.
5. Destaque com a letra T os pontos em que os personagens humanos envolvidos estão trabalhando nos processos ligados ao objeto. Próximo à letra T, anote com alguma marca gráfica (símbolo, letra, ícone, cor etc.) os pontos em que o trabalho é realizado também ou principalmente por jovens, caso haja. Procure informações em fontes oficiais sobre a idade de certas categorias profissionais para ter uma base para essa marcação.
6. Observando o croqui, retorne às questões da atividade anterior (“Leitura de infográfico”) para planejar seu infográfico na próxima atividade.

## Planejar e executar o infográfico

Após a atividade de pesquisa e croqui, é hora de planejar e executar seu infográfico. As questões, sugestões, tarefas e dicas a seguir servem para guiar seu trabalho. Lembre-se: seu infográfico deverá permanecer na exposição do Museu da Juventude, bem próximo do objeto-tema. O infográfico serve para mostrar ao público toda a pesquisa e todas as reflexões que você e seus colegas vêm fazendo ao longo deste projeto.

### ATIVIDADES

### PRODUZIR UM INFOGRÁFICO

Não escreva no livro.

1. Defina quais serão as mídias em que você vai produzir o infográfico. Por exemplo, você pode utilizar imagens recortadas de jornais e revistas e construir uma colagem em uma cartolina, acompanhada de texto. Você pode, também, utilizar um *software* para fazer o infográfico com ícones e imagens digitais. Não se esqueça de utilizar imagens com direito autoral público ou licenciadas para fins educacionais (consulte seu professor sobre esses recursos) e de sempre creditar as fontes das imagens e das informações.
2. Com base no material que você já produziu, selecione as informações e os elementos gráficos que serão utilizados em seu trabalho. Não esqueça que seu infográfico deve comunicar ao público a trajetória de produção e circulação do objeto escolhido.
3. Seu infográfico deve ser exposto ao público junto com o objeto-tema no Museu da Juventude. Ele será uma espécie de primeira apresentação do objeto ao público. Por isso, certifique-se de que as imagens, os textos e os recursos são legíveis a uma distância de cerca de 1 a 1,5 metro da pessoa que observará o infográfico. Caso tenha realizado seu infográfico digitalmente, discuta com seu professor as possibilidades de exibição ao público (você pode, por exemplo, imprimir o infográfico em um pôster ou projetá-lo digitalmente).

#### Sugestões para elaborar um infográfico

Para fazer um infográfico e organizar as informações e os elementos de maneira atraente, você pode ter em mente algumas sugestões:

- invista em cores e fontes (tipologias) variadas;
- utilize imagens com boa resolução ou ilustrações que abordem o tema de forma eficaz e objetiva;
- se desejar, insira gráficos com dados estatísticos oficiais para complementar as informações (assim como a fonte de onde foram retirados os dados);
- outra maneira de lidar com informações e dados estatísticos em infográficos é colocar uma imagem grande, em seu centro, e montar textos pequenos em volta dela, “puxando” caixas de texto de cada detalhe escolhido previamente na imagem;
- a confecção de linha do tempo é algo bem interessante e esse recurso também pode ser inserido em infográficos (você pode organizar, por exemplo, uma pequena linha do tempo que fale sobre a história da produção do objeto-tema, ou sobre a história do uso desse objeto etc.).



## O trabalhador por trás do objeto

### O trabalho humano

Embora no cotidiano nem sempre estejamos atentos a esse fato, todos os objetos envolvem trabalho humano em sua cadeia de produção e circulação. Mesmo quando boa parte do trabalho é executada por máquinas, essas máquinas necessariamente foram desenhadas e programadas por seres humanos em algum ponto; a energia elétrica com a qual operam envolve trabalho humano para estar disponível; enfim, há uma enorme presença humana em todo objeto. Com seu objeto-tema isso não é diferente.

Na etapa anterior, você e seus colegas puderam observar ao menos parte do trabalho humano envolvido na produção e circulação do objeto-tema escolhido por cada um. Nesta etapa, vocês vão observar com mais atenção as relações sociais e a presença humana envolvidas no processo de produção do objeto e que o tornam acessível, escolhendo um trabalhador jovem, que participe da cadeia ilustrada em seu infográfico, para entrevistar na próxima etapa. As atividades a seguir guiarão essa escolha.



G. EVANGELISTA/OPÇÃO BRASIL/IMAGENS

Diferentemente da produção em larga escala, há produtos feitos por apenas uma pessoa ou um pequeno grupo de pessoas. Esse é o caso de peças produzidas por artesãos, que desenvolvem um trabalho manual – às vezes com o auxílio de ferramentas – na fabricação de produtos finais únicos. Na imagem, artesão trabalha na produção de chapéus de couro de bode, em Cabaceiras (PB). Fotografia de 2012.



SCOTT OLSON/GETTY IMAGES

Mesmo quando o trabalho é realizado por máquinas, há muito trabalho humano envolvido na cadeia produtiva – do *design* das máquinas à formação dos trabalhadores que as operam. O caso da automação na indústria automobilística é interessante para se pensar a questão. Linha de montagem de carros em uma fábrica em Illinois, Estados Unidos. Fotografia de 2019.



MOHAMED ABD EL GHANY/REUTERS/FOTOARENA

Até um *smartphone* chegar às mãos do consumidor são necessárias diferentes etapas de produção que envolvem o trabalho humano, desde a extração da matéria-prima à venda do produto final, passando pelas pesquisas que originaram seus componentes e ferramentas, entre outras. Na imagem, mulheres trabalham na linha de produção de *smartphones*, em Assiute, Egito. Fotografia de 2018.

1. Retome seu infográfico e observe os processos em que você identificou o trabalho humano. Que outras cadeias de trabalho humano podem estar envolvidas, considerando também o trabalho não material ou o trabalho indireto (como o *design* do produto, a formação técnica dos funcionários de diferentes etapas dessa cadeia etc.)?
2. Ainda considerando o material já produzido em seu infográfico, observe os pontos da cadeia produtiva em que você evidenciou a presença de trabalho humano. Reflita sobre as diferentes funções e profissões associadas a cada um desses pontos, elaborando uma pequena lista.
3. Com quais tipos de trabalho listados você tem mais proximidade? Você conhece jovens que realizam esse tipo de trabalho?
4. Escolha uma pessoa jovem cujo trabalho faça parte dessa cadeia produtiva (exemplos: vendedor de loja, motorista de caminhão, *designer* de produto etc.).
5. Faça uma breve pesquisa sobre o tipo de trabalho executado por essa pessoa em sua função. Para orientar sua investigação, responda às seguintes questões:
  - a) Qual é a faixa salarial dessa função, cargo ou profissão?
  - b) Há algum nível mínimo de escolarização exigido? Qual?
  - c) Que outras características e marcadores sociais de diferença são associados às pessoas que desempenham essa profissão (pessoas majoritariamente mulheres, homens, negras, brancas etc.)?
  - d) Como é a rotina de trabalho de quem desempenha essa função, cargo ou profissão, em linhas gerais?
  - e) Que ações e atividades são concretamente realizadas por essas pessoas?
  - f) Há um sindicato que representa essa categoria profissional? Qual? Esse sindicato teve conquistas importantes em sua história? Quais?
6. Os resultados dessa pesquisa prévia devem orientar seu olhar para a construção de uma entrevista com um trabalhador ou uma trabalhadora que exerça a função ou a profissão que você decidiu estudar. Por isso, agora você deve, conversando com seus colegas, professores e outros conhecidos, amigos ou familiares, definir possíveis pessoas que podem se tornar seus sujeitos de pesquisa. Uma vez que a entrevista deve ser negociada, é importante ter uma pequena lista de possibilidades.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.



As roupas, tão importantes na construção da identidade entre grupos de jovens, muitas vezes também têm trabalhadores jovens em sua cadeia produtiva. Costureiro trabalha em uma indústria de confecção em Muriaé (MG). Fotografia de 2018.

CHICO FERREIRA/PULSAR IMAGENS



SERGEI KARPUKHIN/REUTERS/FOTOARENA

O advento da tecnologia possibilitou a criação de novas profissões como os *designers*. Na imagem, uma *designer* trabalha na elaboração de um jogo de tabuleiro, em Moscou, Rússia. Fotografia de 2015.

### Sugestão

Com base nas informações obtidas com a pesquisa realizada nas atividades das etapas anteriores, procure identificar em sua rede de convivência (ou nas redes de convivência de seus colegas) algumas pessoas que exerçam a função estudada ou que conheçam quem exerça essa função. Caso não haja pessoas conhecidas que se enquadrem no perfil, procure contatar pessoalmente ou por telefone entidades sindicais e outras organizações de trabalhadores do setor ou que exerçam essa função. Se você tiver dificuldade para encontrar pessoas ligadas a essa função ou profissão, peça auxílio a seu professor de Sociologia.



# Realizando uma entrevista de inspiração etnográfica

## Como pensar e organizar uma entrevista?

Quando nosso foco de investigação é uma pessoa, é costume dizer, na área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, que se trata de um sujeito de pesquisa, e não de um objeto. Isso porque os sujeitos não apenas têm ações próprias – propositais ou não – que devem ser consideradas no estudo, mas também são capazes de discursar sobre elas.

Uma vez que essas pessoas estão posicionadas em lugares sociais específicos, seus discursos e suas reflexões devem ser situados e contextualizados. Procure utilizar seus conhecimentos de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas para analisar criticamente não apenas as ações e decisões dos sujeitos estudados, mas a maneira como refletem e discursam sobre elas.

Na etapa anterior, você começou a refletir sobre a construção de uma entrevista com um trabalhador ou uma trabalhadora que exerça a função ou a profissão que você decidiu estudar. Agora, as atividades sugeridas a seguir, nesta etapa, orientam o processo inicial de: (1) negociar a entrevista; (2) preparar a entrevista; e (3) realizar a entrevista.

Não escreva no livro.

### Entrevistas etnográficas

As entrevistas que irá realizar no campo são longas e gravadas em gravador; os entrevistados falam na primeira pessoa, e se dirigem a você pessoalmente. Chamam-se entrevistas etnográficas porque não são “isoladas”, nem independentes da situação de pesquisa. Os entrevistados são ressituidos em seus meios de interconhecimento (que são também seus meios de pesquisa). [...] Apoiam-se em observações prévias, as quais, por sua vez, guiam as observações por vir. Entrevistas e observações fazem progredir a pesquisa como um concerto. Não há corte entre ambas.

BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. *Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos*. Petrópolis: Vozes, 2007.

### ATIVIDADES NEGOCIANDO A ENTREVISTA

Após a escolha do sujeito de pesquisa, é hora de negociar a entrevista e suas condições de realização. O primeiro passo é entrar em contato com a pessoa que será entrevistada. Para isso, siga estas etapas:

1. Prepare uma carta-convite que explique quem é você, quais são os objetivos do trabalho e o motivo da entrevista. Gentilmente, peça à pessoa que ceda uma hora do seu tempo, em local e horário previamente combinados, para contar sobre seu cotidiano de trabalho.
2. Essa carta-convite pode ser utilizada de duas maneiras. Avalie com seu professor qual é a melhor estratégia. Caso o convite seja feito por escrito (contato por e-mail ou redes sociais, por exemplo), ele deve ser enviado de imediato. Caso o convite seja feito informalmente em um primeiro momento, a carta pode ser apresentada depois, digitalizada ou impressa, como maneira de formalizar o compromisso.
3. Uma vez que o convidado ou a convidada aceitar conceder a entrevista, você deve agendar um dia e horário de comum acordo para que ela seja realizada.
4. Será preciso também negociar o local de realização do encontro. Prefira locais silenciosos, onde seu entrevistado ou entrevistada se sinta confortável. A entrevista deverá ser gravada.

É importante que você se prepare para a entrevista, que deve transcorrer como uma conversa, e não como uma entrevista jornalística do tipo pergunta-resposta. Assim, a sua preparação não será baseada em perguntas, mas em três eixos aos quais você deve prestar atenção e que podem ser traduzidos em perguntas gerais sobre as quais seu entrevistado poderá discorrer livremente.

**Eixo 1: Experiência cotidiana no trabalho (Como é o seu trabalho?)**

Pertencem a esse eixo informações que descrevam o cotidiano de trabalho do entrevistado desde informações concretas, como o número de horas diárias de trabalho, até informações que auxiliem a compreender as condições de trabalho, como o relato das principais preocupações, dos sentimentos em relação ao trabalho, das experiências vividas etc.

**Eixo 2: Trajetória profissional (Como você chegou até aqui?)**

Este eixo engloba informações sobre como seu entrevistado chegou ao cargo ou à função atual de trabalho. Entram aqui informações sobre trabalhos anteriores, promoções, mudanças de rumo profissional e decisões que produziram a situação atual de trabalho.

**Eixo 3: Origem social e outras informações pessoais (Quem é você e qual é a sua história?)**

Neste eixo entram informações relativas à história pessoal e familiar do entrevistado ou da entrevistada. O objetivo é localizar socialmente o sujeito de pesquisa, identificando seu pertencimento cultural e de grupo social, sua faixa de renda, as condições sociais vivenciadas ao longo de sua vida e a trajetória de sua construção como trabalhador ou trabalhadora.

1. Organize sua entrevista em um quadro (ou grade) que contenha cada um dos eixos propostos. Por exemplo, você pode estabelecer uma coluna para cada eixo e explicitar, nas linhas, possíveis indicadores de informações desse eixo. Para isso, você deve estabelecer, a partir da pesquisa prévia e dos seus conhecimentos da área de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, hipóteses sobre o tipo de informação que poderá auxiliá-lo a situar o sujeito de pesquisa e sua relação com o objeto. Veja o exemplo a seguir.

Experiência cotidiana no trabalho	Trajetória profissional	Origem social e outras informações pessoais
Vê o objeto pronto?	Considera esse trabalho melhor do que os anteriores, pior ou igual?	Escolaridade dos pais
Tem acesso ao objeto que ajuda a produzir ou vender?	Tempo nessa função ou cargo	Bairro onde mora

2. Leve o quadro (ou grade) de entrevista com você no dia do encontro. Ele deverá servir apenas como um guia, e não como um questionário.
3. Peça auxílio do seu professor de Sociologia para preparar um **Termo de Consentimento**, que deverá ser impresso e levado ao entrevistado para que assine antes de iniciar a entrevista.



No ato da entrevista, deve-se ter em mãos as ferramentas necessárias. Um gravador digital ou aplicativo de gravação (como o da imagem, geralmente utilizado em aparelhos de telefone celular) são indispensáveis e devem sempre ser testados por você antes da entrevista. Outra ferramenta importante é uma grade de entrevista, que servirá de base para a conversa com o entrevistado e a análise posterior dos dados.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Termo de Consentimento é um documento simples e objetivo em que a pessoa a ser entrevistada declara que presta a entrevista de livre e espontânea vontade. Por meio desse documento, a pessoa é informada do sigilo e dos usos estritamente educacionais da entrevista. Há modelos disponíveis *on-line*, mas você pode pedir auxílio ao seu professor quanto à elaboração de um documento adequado aos usos que fará da entrevista.

1. No dia anterior, prepare o quadro (ou grade) de entrevista e duas vias do Termo de Consentimento. Ambos devem ser levados à entrevista.
2. Utilize um gravador ou aplicativo de gravação de voz. Na véspera da entrevista, faça testes para certificar-se de que sabe operar o gravador ou aplicativo – fazer pausas sem cortar a gravação inteira, por exemplo.
3. Verifique seus arranjos de transporte, garantindo que estará no local correto com alguma antecedência. Assim, você evitará desencontros. Seu entrevistado já está cedendo tempo e energia para você, o que deve ser apreciado e respeitado.
4. Lembre-se de que você não chegará à entrevista sem saber de nada, pois realizou uma pesquisa prévia sobre o tipo de trabalho do seu entrevistado. No entanto, você deve se colocar na posição de alguém que está interessado em ouvir a versão dos fatos do seu entrevistado, e não na posição de quem deve explicar ou falar. A estrela da entrevista é o entrevistado.
5. Ao se encontrar com o entrevistado no local marcado, sentem-se de maneira que possam se enxergar. Explique novamente os objetivos do seu trabalho e diga que a entrevista deve ser gravada. Avise seu entrevistado que, caso ele ou ela queira dizer algo durante a entrevista sem ser gravado, poderá fazer um gesto com as mãos para que você pause a gravação imediatamente. Atitudes como essa deixarão seu entrevistado confortável e com a segurança de que você não está fazendo a entrevista com o objetivo de julgá-lo ou de utilizar o que foi dito contra ele.
6. Ofereça duas cópias do Termo de Consentimento para que ele ou ela leia, preencha seus dados e assine. Uma cópia deverá ficar com você e a outra, com o entrevistado. O Termo de Consentimento também assegura ao entrevistado que o que disser será usado de acordo com os parâmetros éticos da pesquisa científica e que seu nome não será revelado sem sua autorização expressa.
7. Ligue o gravador e grave uma breve introdução em que constem o seu nome, a data e o horário da entrevista e o nome do entrevistado. Inicie, então, a entrevista, explicando ao entrevistado que, em vez de fazer perguntas específicas, você deseja que ele conte livremente sobre seu cotidiano de trabalho.
8. À medida que o entrevistado for descrevendo o seu cotidiano de trabalho, tome notas pontuais de questões que devem ser revistas com calma ou que chamam a sua atenção de alguma maneira no discurso dele. Você pode tomar essas notas no próprio quadro ou grade de entrevista, que servirá como guia para sua análise posterior.
9. Durante as falas do seu entrevistado, preste muita atenção. Procure emitir sinais de que está acompanhando o que ele ou ela diz, incentivando-o a explicar o mais concretamente possível as situações e os sentimentos que descreve. No entanto, respeite os limites impostos por ele.
10. Diga então que quer compreender melhor como ele ou ela chegou à sua atual situação profissional. Caso o entrevistado fale apenas de questões ligadas ao Eixo 2, por exemplo, procure inserir perguntas gerais e amplas ligadas ao Eixo 3 e vice-versa.
11. Ao final do encontro, agradeça ao entrevistado e peça a ele que entre em contato com você caso tenha qualquer dúvida posterior sobre a entrevista.
12. Assim que possível, faça cópia de reserva (*backup*) do arquivo da gravação ou guarde as respectivas fitas em um local seguro.

### Atenção!

Uma vez que os resultados da entrevista devem ser apresentados ao público do Museu da Juventude, uma das opções é pedir ao entrevistado que autorize também o uso de sua imagem para fins educacionais, assim você pode gravar um vídeo e/ou fotografar a entrevista. Embora a entrevista seja longa demais para constar como recurso auxiliar da exposição, você poderá editá-la ou selecionar apenas um trecho que julgue significativo para exibir junto ao objeto. A próxima etapa deverá auxiliar você e seus colegas nesse processo.



# Codificação (codagem) e análise da entrevista

## Produzir dados

Com base nas discussões realizadas em sala de aula e nos conceitos estudados, você e seus colegas devem, agora, realizar uma análise de sua entrevista. As atividades a seguir vão guiá-los nesse processo.



A entrevista é um processo que exige planejamento e atenção. A escolha de um local adequado e a seleção das ferramentas necessárias, assim como a familiaridade com elas, auxiliam a gravação, transcrição e posterior análise. A preparação para realizar uma entrevista exige um processo de seleção do entrevistado ou da entrevistada, seguida de um primeiro contato que pode conter um convite formal, quando for o caso. Na imagem, jovem entrevista uma senhora na cidade de São Paulo (SP), em 2016.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

FERNANDO FAVORETTO/CRUIAR IMAGEM

### ATIVIDADES CODIFICAÇÃO E ANÁLISE

Não escreva no livro.

1. Faça uma transcrição da entrevista. Sua transcrição deve seguir a norma culta da língua portuguesa, mesmo que possa apresentar marcas de oralidade no discurso de seu entrevistado ou entrevistada.
2. Realize então a codificação (ou codagem) da entrevista, seguindo o procedimento desta forma:
  - a) Retome seu quadro (ou grade) de entrevista e escolha uma cor para cada eixo (como vimos na etapa anterior, Eixo 1, Eixo 2 e Eixo 3).
  - b) Imprima a entrevista transcrita e releia, sublinhando ou circulando as informações e passagens centrais de cada eixo de pesquisa.
3. Observando a codificação realizada, escreva um parágrafo para cada eixo de pesquisa. Esse parágrafo deve apresentar resumidamente os resultados e principais ideias em relação àquele eixo. Junte os três parágrafos formando um resumo geral dos resultados da entrevista. Esse resumo deve ser utilizado na montagem do Museu da Juventude.



# Planejando, montando e divulgando o Museu da Juventude

## Afinal, o que é um museu?

Neste projeto, além de refletir sobre a diversidade entre grupos de jovens, sobre a produção de mercadorias e objetos e a relação disso tudo com seu cotidiano, você também pôde mapear a presença de jovens trabalhadores no processo de produção e circulação de um objeto relevante para você.

Agora é hora de compartilhar todo o conhecimento acumulado com a comunidade escolar e também com a comunidade de fora da escola, organizando o Museu da Juventude.

Antes de colocar a mão na massa, vamos refletir: afinal, o que é um **museu**? O museu, muitas vezes, no senso comum, aparece como algo ligado ao “passado”. Essa ideia, contudo, não corresponde inteiramente ao sentido de um museu no contexto cultural da nossa sociedade. Os museus têm um importante e estratégico papel, pois, além de preservar a cultura de um povo, ou de uma época, são espaços que possibilitam reflexões sobre a sociedade, instigando o visitante a pensar sobre quem ele é e como se dá sua atuação no mundo. O museu, portanto, é um espaço que fala de todos os tempos – passado, presente e futuro – e no qual o visitante deve poder se enxergar.

Há diversos tipos de museu, com os mais variados acervos. Há, por exemplo, os museus de ciência e tecnologia, que tratam de fenômenos científicos; os museus que reúnem objetos históricos e outros que trazem objetos artísticos, como os museus de arte sacra ou os museus de arte contemporânea.

A palavra “museu” vem do grego *mouseion*, que significa “templo ou morada das musas”, ou seja, um local de inspiração divina para artistas e intelectuais.

Um dos museus mais visitados no país, o Museu do Amanhã, foi inaugurado em 2015. Em localização privilegiada, na zona portuária da cidade do Rio de Janeiro (RJ), o museu traz exposições sobre ciência e tecnologia. Fotografia de 2019.



BRASTOCKSHUTTERSTOCK

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

Há também museus de geologia, que apresentam amostras de formações rochosas e geológicas. Que outros tipos de museus você conhece ou de quais já ouviu falar?

## A origem de museus

A história dos museus remonta aos séculos XVI e XVII, na Europa, quando nobres, burgueses abastados e até mesmo artistas reuniam objetos de diversos tipos e origens. Esses espaços receberam o nome de Gabinetes de Curiosidades ou Câmara das Maravilhas e nem sempre eram abertos ao público em geral, sendo acessíveis somente para convidados (já que eram coleções privadas). De forma geral, muitos desses espaços estavam ligados à exploração colonial e aos espólios da violência promovida pelos povos europeus nas Américas, na África e na Ásia.

## É no Brasil?

Especialistas consideram que o primeiro museu implantado nas terras que hoje compreendem o Brasil localizava-se em Pernambuco, nas instalações do Palácio do Friburgo, durante a ocupação holandesa no século XVII. Tratava-se de uma instituição composta de jardim botânico, jardim zoológico e observatório astronômico.

Contudo, foi no ano de 1818 que Dom João VI (1767-1826) criou um museu que teria maior notoriedade e que ficaria mais tempo aberto ao público: o Museu Nacional, localizado na Quinta da Boa Vista, na cidade do Rio de Janeiro. Essa instituição sofreu perdas irreparáveis em razão de um incêndio ocorrido em 2018.

Com o incêndio ocorrido no Museu Nacional, perdeu-se também parte de um importante monumento arquitetônico em solo brasileiro. De estilo renascentista e tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), o prédio tinha 122 salas, distribuídas em 3 pavimentos, totalizando 13 mil m<sup>2</sup> de área útil. Por conta do extenso acervo que possuía, o Museu Nacional era considerado um dos museus mais importantes do mundo. Fotografia de 2014.



Observe na imagem a variedade de objetos que um gabinete de curiosidade apresentava. Esta gravura de Ferrante Imperato, do século XVI, foi publicada na obra *Dell'Historia Naturale*.

FERRANTE IMPERATO/AKG-IMAGES/ALBUM/FOTOLIA - BIBLIOTECA BRITÂNICA, LONDRES



ALEXANDRE DUARTE/OPÇÃO BRASIL IMAGENS

## O incêndio no Museu Nacional

O incêndio no Museu Nacional ocorreu na noite de 2 de setembro de 2018. O museu apresentava um acervo impressionante, com itens das mais diversas áreas (geologia, paleontologia, botânica, zoologia, antropologia, arqueologia, etnologia, linguística etc.), sendo também um centro de pesquisa e de referência, responsável por diversos programas de pós-graduação e programas de pesquisa científica. O trecho de reportagem a seguir fala um pouco sobre o acervo do museu e o impacto do incêndio.

Em suas coleções, o Museu Nacional tinha mais de 20 milhões de espécimes que guardavam a memória de animais, plantas e rochas encontrados em solo brasileiro no presente e no passado, bem como dos povos que ocuparam nosso território desde a pré-história. Mas tinha também outra dimensão, ignorada por muitos de seus 200 mil visitantes anuais: era um centro de pesquisas prestigiado, com 89 professores e cerca de 500 alunos [...].

[...]

Alguns pesquisadores foram até a Quinta da Boa Vista durante o incêndio para tentar resgatar parte das coleções. O zoólogo Paulo Buckup e outros colegas arrombaram portas de gabinetes no térreo e carregaram gavetas com milhares de espécimes de moluscos – alguns deles holótipos, os exemplares usados para descrever uma espécie. Os bombeiros só deixaram os pesquisadores entrar quando perceberam que os hidrantes não tinham pressão. A arqueóloga Claudia Carvalho tentou resgatar Luzia, o crânio humano mais antigo já encontrado no continente americano e um dos itens mais preciosos da coleção do Museu Nacional. O caminho, porém, estava bloqueado pelo fogo. O geólogo Sérgio Alex de Azevedo entrou no laboratório de invertebrados. “As mangueiras estavam no chão, todas murchas”, contou. “Consegui resgatar alguns espécimes que estavam dentro de vidros com álcool.”

ESTEVES, Bernardo; KAZ, Roberto. Do carvão às cinzas. *Piauí*, n. 145, out. 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/do-carvao-as-cinzas/>>. Acesso em: 8 nov. 2019.

ISMAR INGBER/PULSAR IMAGENS



Entre as peças do acervo do Museu Nacional, estava o crânio de Luzia, nome dado ao fóssil humano mais antigo descoberto no Brasil, em 1975, em Pedro Leopoldo (MG). Apesar do incêndio, pesquisadores do museu encontraram parte dos ossos de Luzia, que têm mais de 11 mil anos. Fotografia de 2009.



Na noite de 2 de setembro de 2018, dia do incêndio, vários pesquisadores ligados ao Museu Nacional se direcionaram ao prédio para tentar combater as chamas ou, ao menos, recuperar equipamentos e parte do acervo.

RICARDO MORAES/REUTERS/FOTOARENA

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.

O trecho de reportagem abaixo, escrito meses após o incêndio, fala sobre as tentativas de recuperação de peças do acervo do museu.

Numa tarde no fim de janeiro, a arqueóloga Angela Maria Camardella Rabello escavava junto com colegas os escombros do Palácio de São Cristóvão, o principal edifício do Museu Nacional, consumido pelo fogo na noite de 2 de setembro do ano passado [de 2018]. Usando um pincel e uma pá de pedreiro, Rabello recuperava fragmentos de cerâmica da pilha de destroços com cerca de um metro de altura. Era possível avistar a boca de um vaso despontando em meio aos escombros, sob um grande bloco de laje que despencara. Naquele ponto do prédio os pavimentos superiores haviam cedido, e era possível avistar as portas do segundo e terceiro andares dando para o vazio.

Antes do incêndio aquele espaço abrigava parte das coleções de antropologia do museu, mas não era aberto aos visitantes. A arqueóloga explicou que havia ali armários com cerca de 300 peças de cerâmica indígena. “A maioria era da Amazônia, mas tinha também alguma coisa tupi-guarani e material da etnografia”, disse Rabello, que trabalha com a reserva técnica das coleções de arqueologia do museu.

[...]

ESTEVES, Bernardo. Arqueólogos redescobrem relíquias do Museu Nacional. *Piauí*, 11 fev. 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/arqueologos-redescobrem-reliquias-em-meio-aos-escombros-do-museu-nacional>>. Acesso em: 8 nov. 2019.

MAUFO PIMENTEL/AFP



Profissionais trabalham em peças resgatadas pela equipe de arqueólogos que realizam um minucioso trabalho de escavação nos escombros do Museu Nacional pós-incêndio. Fotografia de 2019.



Primeira exposição pública de peças resgatadas durante a escavação do Museu Nacional pós-incêndio. Intitulada *Museu Nacional vive - Arqueologia do resgate*, foi realizada no Centro Cultural Banco do Brasil, na cidade do Rio de Janeiro (RJ). Fotografia de 2019.

SILVIA IZQUIERDO/AF - PHOTO/GLOW IMAGES

## Museu de quê?

Museu do brinquedo, museu do café, museu do cabelo, museu da moda, museu da tatuagem, museu de jogos... Você já havia imaginado que existem museus com todos esses temas pelo mundo? Além dos museus mais conhecidos, como os de arte, de ciências ou de história, um museu pode ter uma variedade de acervos, inclusive virtuais.

### Museologia

Museologia é a área do conhecimento que estuda os museus. É responsável pela coleta, organização e conservação de peças de valor artístico, cultural, científico ou histórico. Tem o objetivo de difundir o conhecimento através da exposição de acervos, que podem ser dos mais variados tipos: bibliotecas, jardins botânicos, zoológicos, planetários, museus históricos e galerias de arte, entre outros. [...]

O museólogo dedica-se à classificação, conservação e exposição de peças de valor histórico, artístico, cultural e científico. Atualmente, o museólogo pode trabalhar de diversas formas: organizando acervos, fazendo restaurações, concebendo a forma de apresentação do acervo, documentando ou gerenciando o museu. Pode atuar em universidades, centros comunitários e sítios arqueológicos.

O QUE É Museologia? Disponível em: <<http://www.juventudect.fiocruz.br/categoria-ciencia/ciencias-sociais-aplicadas/museologia>>. Acesso em: 11 nov. 2019.



SCOTT LYNCH

Um museu que aborde matemática? Essa é a proposta do Momath, localizado em Nova York, nos Estados Unidos. Um dos primeiros museus de matemática do mundo, inaugurado em 2012. Fotografia de 2012.



VALDIR DE OLIVEIRA/FOTOARENA

Inaugurado em 1991, o Museu da Pessoa é um museu virtual que reúne histórias orais da vida de pessoas. Na fotografia de 2017, vemos parte da fachada da sede do museu, que está localizado na cidade de São Paulo (SP).



JUCA MARTINS/OLHAR IMAGEM

O Museu Afro Brasil, localizado no Parque Ibirapuera, em São Paulo (SP), tem um amplo acervo e centro de pesquisa dedicados à diáspora africana no Brasil. Fotografia de 2010.



KAROL KOZLOWSKI/ALAMY/FOTORENA

Na imagem, parte do interior da Fundação Casa Jorge Amado, inaugurada em 1987. Localizada em Salvador (BA), o espaço reúne acervos bibliográficos e artísticos do escritor brasileiro Jorge Amado (1912-2001). Fotografia de 2017.

Reprodução proibida. Art. 184 do Código Penal e Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998.



JEAN LUCHARD/SHUTTERSTOCK

O Museu do Louvre é o maior museu de arte do mundo, localizado em Paris, na França. Inaugurado em 1973, contém aproximadamente 380 mil objetos, da Pré-História ao século XX, em uma área com mais de 70 mil m<sup>2</sup>. Nele, estão expostos quadros como a *Monalisa*, de Leonardo da Vinci, e *A Liberdade guiando o povo*, de Eugène Delacroix. O Louvre também é um exemplo de museu europeu que abriga peças expropriadas de diversos povos por meio de guerras. Fotografia de 2019.



RICARDO TELES/PULSAR IMAGENS

No Parque Nacional Serra da Capivara, localizado em Coronel José Dias (PI), está o Museu da Natureza, inaugurado em 2018. Esse parque é considerado patrimônio cultural da humanidade pela Unesco, com mais de 200 sítios arqueológicos abertos à visitação (entre os mais de mil encontrados na região). Fotografia de 2019.

O Museu de História Natural de Londres, na Inglaterra, oferece visitas virtuais a várias salas que compõem o seu edifício e integram as suas exposições. Na imagem, tela de visualização de parte de uma das exposições. Disponível em: <[https://naturalhistory2.si.edu/vt3/NMNH/z\\_NMNH-016.html](https://naturalhistory2.si.edu/vt3/NMNH/z_NMNH-016.html)>. Acesso em: 12 dez. 2019.



REPRODUÇÃO/MUSEU DE HISTÓRIA NATURAL, LONDRES

## Visitas virtuais a museus: uma nova experiência

Com o advento das tecnologias digitais, renomados museus passaram a oferecer visitas virtuais a seus espaços. Algumas delas são acompanhadas de áudios, textos de especialistas ou informações breves sobre determinadas obras e locais relevantes no museu que está sendo visualizado e visitado. Esse tipo de atividade possibilita outros tipos de experiência ao

visitante (que, nesses casos, também é um usuário da internet) e passa, também, a ser um desafio interessante para os diversos profissionais de museus.

Conhecer um museu pessoalmente ainda é uma experiência única; contudo, quando isso não pode ser feito, vale a pena navegar pelas telas dos computadores e realizar uma viagem virtual por dentro desses grandes museus. Ao mesmo tempo, em diversos museus o conteúdo digital complementa a visita ao vivo.

## Montando o Museu da Juventude neste projeto

Como estamos vendo, neste projeto, a ideia do Museu da Juventude é expor os objetos-tema escolhidos e analisados por todos os colegas da turma, junto com os demais recursos produzidos, de forma criativa e cativante. Para isso, você e seus colegas devem se orientar pelas etapas abaixo:

1. Com o auxílio dos professores, reservem um espaço em que os objetos, infográficos, textos, vídeos e áudios com trechos interessantes das entrevistas (se for o caso) poderão ser expostos. Uma sala de aula ampla ou um espaço na quadra de esportes podem ser boas ideias de espaço para a instalação da exposição. Combinem com o professor e com o responsável pelo espaço por quanto tempo a exposição poderá ficar aberta e a qual público será destinada.
2. Utilizando mesas ou prateleiras de apoio, disponham no espaço os objetos estudados ou, caso não seja possível, imagens representativas deles. O ideal, porém, é exhibir os próprios objetos.
3. Próximo ao objeto, exponham o infográfico produzido sobre ele.
4. Exponham o resumo dos resultados das entrevistas, apresentando as pessoas entrevistadas (com nome fictício, caso o anonimato tenha sido acordado). Se possível, exponham também vídeos e áudios com trechos marcantes das entrevistas.
5. Façam material de divulgação da exposição (pode ser em forma de panfletos simples, feitos à mão) e convidem a comunidade escolar e o público acordado com os responsáveis pelo espaço. O material de divulgação deve conter uma apresentação da exposição e informações básicas, como o horário de visitação e o período de duração da mostra.

### Relação com o público: o impacto do museu entre os visitantes

Neste projeto, a criação do Museu da Juventude certamente pode mostrar a vocês que é possível atuar com protagonismo na comunidade, expondo e trocando informações, questionamentos e reflexões com o público visitante.

E de que forma vocês podem medir o impacto do Museu da Juventude para o público visitante? Vocês podem, por exemplo, disponibilizar grandes folhas de cartolina em uma parede ou em mesas, com o título "O que você aprendeu nesta exposição?". Disponibilizem canetas ao lado das folhas de cartolina para que o público possa compartilhar de maneira interativa um pouco de sua experiência.

## Autoavaliação

Não escreva no livro.

Ao trabalhar neste projeto, você e seus colegas conheceram aspectos dos processos de produção e circulação de bens e mercadorias nos dias de hoje. Isso foi feito levando em consideração a diversidade entre os jovens e o papel de vocês na sociedade como um todo. Nesse percurso, fizeram reflexões sobre o consumo, o meio ambiente e o papel dos museus ao longo do tempo. Elaborar um projeto como este exige esforços, diálogo e comprometimento.

Agora, após a finalização do projeto, você vai realizar uma autoavaliação para refletir sobre os aprendizados acumulados coletiva e pessoalmente ao longo do processo. Com base em suas reflexões pessoais, responda:

1. Ao elaborar o mapa mental na Etapa 1, quanto eu sabia sobre o objeto escolhido naquele momento? Quanto sei agora?
2. O valor afetivo do objeto foi um aliado neste trabalho ou um obstáculo? Por quê?
3. Houve alguma etapa do projeto que me motivou mais do que outra? Qual e por quê?
4. Eu consegui compreender o significado e a importância de cada etapa do projeto?
5. Consegui elaborar reflexões nos momentos de atividades individuais? Qual atividade individual foi a minha preferida? Por quê?
6. Atuei de forma colaborativa e participativa nas atividades em grupo? Em que momentos minha participação nas atividades em grupo foi mais significativa? Por quê?
7. Será que foi possível transmitir ao público do Museu da Juventude o que aprendi? Como?

### PARA CONSULTAR

#### Sites

- MUSEU da Imigração. Disponível em: <<http://museudaimigracao.org.br/>>. Acesso em: 9 nov. 2019.  
O Museu da Imigração está localizado na cidade de São Paulo (SP) e conta a história dos milhões de imigrantes que se dirigiram para o Brasil a partir do final do século XIX. O site do museu é rico em informações, com exposições e diversas possibilidades de navegação, inclusive oferece ferramentas para uma visita virtual.
- PORTAL do Instituto Brasileiro de Museus. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br>>. Acesso em: 9 nov. 2019.  
Nesse portal, é possível localizar dezenas de museus em todo o território nacional, selecionando-os por Unidade da Federação, tipos e temáticas, com seus respectivos endereços.

#### Vídeo

- ILHA das Flores. Direção: de Jorge Furtado, Brasil, 1989. 13 min.  
O premiado documentário traz reflexões sobre relações sociais e econômicas enquanto acompanha o percurso de um tomate: do campo de cultivo até chegar a um aterro em Porto Alegre, a Ilha das Flores.