

1^a

Série

Filosofia

**MATERIAL
DIGITAL**

Aula desafio: campanha relações intergeracionais

**2º bimestre
Aula 4**

**Ensino
Médio**



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

Conteúdos

- O protagonismo juvenil na promoção de relações intergeracionais éticas;
- Orientações para produção de uma campanha de promoção de relações éticas intergeracionais no âmbito escolar.

Objetivos

- Analisar e refletir sobre produções de campanhas envolvendo os marcos legais de proteção das fases da vida;
- Desenvolver, como desafio, propostas para a efetivação cotidiana dos Estatutos da Criança e do Adolescente, da Juventude e da Pessoa Idosa.

Desafio da semana

🕒 6 minutos

🗣️ COM SUAS PALAVRAS

No *slide* seguinte, serão apresentados três trechos: um do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), outro do Estatuto da Juventude e o último do Estatuto do Idoso.

A partir da leitura, identifique o que os trechos apresentam em comum.



Direitos e deveres de diferentes gerações

Dispositivos legais: proteção das gerações

“

Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

(ECA, 1990)

“

Todos os jovens têm direito de viver em um ambiente seguro, sem violência, com garantia da sua incolumidade física e mental, sendo-lhes asseguradas a igualdade de oportunidades e facilidades para seu aperfeiçoamento intelectual, cultural e social.

(Estatuto da Juventude, 2013)

“

Nenhuma pessoa idosa será objeto de qualquer tipo de negligência, discriminação, violência, crueldade ou opressão, e todo atentado aos seus direitos, por ação ou omissão, será punido na forma da lei.

(Estatuto do Idoso, 2003)

Campanhas

As campanhas são ações com o objetivo de publicizar algo para um público-alvo.

Elas podem ser publicitárias (como para vender ou divulgar um produto) ou sociais e educativas (como quando uma instituição governamental quer divulgar um programa ou ideia em prol do bem público).

- Veja alguns exemplos de campanha a seguir.

“

Uma campanha publicitária é composta por um conjunto de ações de marketing que foram planejadas e executadas para que um objetivo seja atingido.

Geralmente, é utilizada para informar o público sobre uma ideia, uma marca ou um produto.

(Érica Abreu, 2024)

Entendendo o problema

Link para vídeo



Campanha da
Controladoria Geral da
União sobre o Estatuto da
Criança e do Adolescente
(ECA).

Disponível em: [Turma da
Mônica - Estatuto da Criança
e do Adolescente | ECA.](#)
Acesso em: 18 out. 2025.

Entendendo o problema

Link para PDF



Estatuto da Juventude

Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013

edição especial 10 anos

Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1XecxbfZsEBMvGj8Q3p5sGU-0lfwtzmKb/view>. Acesso em: 18 out. 2025.

Campanha do Governo do Rio de Janeiro para divulgar o Estatuto da Juventude.

O acesso à informação é essencial. Ao disponibilizar o texto legal, os cidadãos podem se conscientizar sobre seus direitos e deveres.

Entendendo o problema

Link para vídeo



Campanha do Ministério Público do Estado do Mato Grosso visando à proteção de idosos.

Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=s2tF5PqPG8s>.

Acesso em: 18 out. 2025.



12 minutos



COM SUAS PALAVRAS

Campanha

Considerando a função das campanhas, analise:

1. Qual é o objetivo de cada campanha?
2. Qual é o efeito que as campanhas causam em você?
3. Esses efeitos são suficientes para alcançar o objetivo proposto?

Destaque



Enquanto cidadão(ã) brasileiro(a), você fez, faz e fará parte do público-alvo dessas campanhas, além de conviver com pessoas de diferentes idades.

Refleta sobre o que é importante para assegurar dignidade, respeito e segurança às pessoas em diferentes fases da vida (infância, juventude e velhice).

Por isso, pense nos efeitos que as campanhas podem alcançar junto à população.



15 minutos



VIREM E CONVERSEM

Construindo campanhas

Em grupos, escolham uma das campanhas vistas na aula e, a partir da análise feita em turma, proponha modificações ou reformulações para torná-las mais eficazes e para divulgá-las para sua comunidade escolar de forma física, com cartazes, ou *online*, pelas redes sociais.



FICA A DICA

Considere as observações feitas por você e por seus colegas anteriormente sobre as propostas. Quais foram as limitações que vocês encontraram? Como contorná-las?

Considere, também, a adequação da campanha para sua escola: como engajar os outros estudantes, os professores, os funcionários e até os familiares?



COM SUAS PALAVRAS

Construindo campanhas

Apresente suas propostas ao restante da turma.

A partir da recepção dos colegas e do professor, inicie a divulgação de sua campanha.



FICA A DICA

Faça uma reflexão final sobre sua reformulação:

A sua campanha tem um objetivo claro?

Você adotou estratégias eficazes de comunicação?

Como você acha que o público que verá sua campanha, como alunos, funcionários e família, receberá a mensagem?

Encerramento



6 minutos



TODO MUNDO ESCREVE

Agora que você já sabe o que é uma campanha, analisou algumas e propôs a sua própria, escreva um parágrafo respondendo à questão:

Como as campanhas podem colaborar para que diferentes gerações sejam vistas com respeito e empatia?



Dedos indicadores se unem.

Disponível em: <https://pixabay.com/pt/photos/alinhe-os-dedos-dedos-indicadores-71282/> Acesso em: 18 out. 2025.

Resumo

Nesta aula, nós aprendemos sobre o que é uma campanha, concentrando em campanhas institucionais que divulgam sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o Estatuto da Juventude e o Estatuto do Idoso.

Também analisamos essas campanhas, pensando em suas estratégias e sua efetividade, para propor melhorias e adequações visando ao uso da campanha na comunidade escolar.



Disponível em: [https://pixabay.com/pt/illustrations/colabora%
c3%a7%c3%a3o-equipe-transmiss%
c3%a3o-7563950/](https://pixabay.com/pt/illustrations/colabora%c3%a7%c3%a3o-equipe-transmiss%c3%a3o-7563950/). Acesso em: 18 out. 2025.

Referências

ABREU, Érika. Campanha publicitária: o que é, como fazer, exemplos e mais. **RD Station**, 18 set. 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/agencias/campanha-publicitaria/>. Acesso em: 18 out. 2025.

Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2021/julho/trinta-e-um-anos-do-estatuto-da-crianca-e-do-adolescente-confira-as-novas-acoes-para-fortalecer-o-eca/ECA2021_Digital.pdf. Acesso em: 18 out. 2025.

Estatuto da Juventude. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm. Acesso em: 18 out. 2025.

Estatuto da Pessoa Idosa. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm. Acesso em: 18 out. 2025.

LEMOV, Doug. **Aula nota 10 3.0**: 63 técnicas para melhorar a gestão da sala de aula / Doug Lemov; tradução: Daniel Vieira, Sandra Maria Mallmann da Rosa; revisão técnica: Fausta Camargo, Thuinie Daros. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2023.

Referências

ROSENSHINE, B. “Principles of instruction: research-based strategies that all teachers should know”. In: **American Educator**, v. 36, n. 1., Washington, 2012. p. 12-19. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ971753>. Acesso em: 21 ago. 2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista**: etapa Ensino Médio, 2019. Disponível em: <https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2020/08/CURR%C3%8DCULO%20PAULISTA%20etapa%20Ensino%20M%C3%A9dio.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.

Identidade visual: imagens © Getty Images.

Para professores

Slide 2



Habilidade: (EM13CHS205) Analisar a produção de diferentes territorialidades em suas dimensões culturais, econômicas, ambientais, políticas e sociais, no Brasil e no mundo contemporâneo, com destaque para as culturas juvenis.

Slides 3 e 4



Tempo: 6 minutos.



Dinâmica de condução: realize a pergunta aos estudantes, contextualizando que vocês lerão três trechos, das três legislações mencionadas. A partir da técnica “Com suas palavras”, oriente-os a expressar oralmente suas respostas, colhendo as opiniões de todos que se manifestarem.



Expectativas de respostas: nos três trechos das legislações mencionadas, fala-se sobre a prevenção contra a violência, o que inclui negligência, discriminação, exploração e crueldade. Além disso, as legislações visam garantir a segurança, seja física, seja mental, para um melhor desenvolvimento humano. A infração dessas disposições pode ser punida pela lei. Ou seja, os trechos têm em comum a garantia da proteção, do respeito e da dignidade da pessoa humana em todas as idades, conforme os princípios dos direitos humanos e da cidadania.



Tempo: 12 minutos.



Dinâmica de condução: após apresentar detalhadamente as campanhas, oriente os estudantes a analisá-las a partir das perguntas do *slide*. A partir da técnica “Com suas palavras”, estimule os estudantes a se expressarem oralmente, acolhendo as respostas.



Expectativas de respostas:

1. A campanha do ECA tem o objetivo de divulgar alguns elementos principais dessa legislação. Já a campanha do Estatuto da Juventude tem o objetivo de divulgar o acesso gratuito à redação de sua lei. Por fim, a campanha do Estatuto da Pessoa Idosa tem o objetivo de sensibilizar a população contra o abandono de idosos.
2. Resposta pessoal. Espera-se que os estudantes respondam, a partir de suas sensações subjetivas, como curiosidade em relação à campanha do ECA e do Estatuto da Juventude e piedade ou tristeza em relação à campanha do Estatuto da Pessoa Idosa.
3. Espera-se que os estudantes percebam que as campanhas têm o potencial de atingirem seu objetivo, pois fazem uso de linguagem adequada ao seu público e de ferramentas de sensibilização, mas que também podem ser mais amplas.

Slides 10 e 11



Tempo: 15 minutos.



Dinâmica de condução: a partir das análises feitas anteriormente, oriente os estudantes a se reunirem em grupo para propor adequações a uma das campanhas visando à sua divulgação ao público escolar, seja fisicamente, como cartazes pela escola, seja *online*, pelas redes sociais. A atividade usa a técnica “Virem e conversem”, para estimular que os estudantes criem projetos a partir da interação entre si.

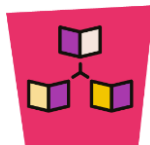


Expectativas de respostas: espera-se que os grupos apresentem propostas criativas e coerentes de reformulação das campanhas analisadas, demonstrando compreensão de seus objetivos e mensagens centrais. As modificações devem tornar as campanhas mais eficazes para o público-alvo da comunidade escolar, utilizando linguagem acessível, elementos visuais atrativos e mensagens que promovam o respeito e a empatia entre diferentes gerações. As sugestões de divulgação, seja por meio de cartazes ou redes sociais, devem evidenciar planejamento quanto à forma, ao meio e ao impacto desejado, mostrando consciência sobre como adaptar o conteúdo da campanha ao contexto escolar e às características do público que se pretende atingir.

Slide 12



Tempo: 6 minutos.



Dinâmica de condução: a partir da técnica “Todo mundo escreve”, oriente os estudantes a redigirem uma resposta sucinta e objetiva da pergunta proposta no *slide*.



Expectativas de respostas: espera-se que os estudantes reconheçam que as campanhas podem promover o respeito e a empatia entre diferentes gerações ao sensibilizar o público sobre o valor da convivência intergeracional, desconstruindo estereótipos e combatendo preconceitos relacionados à idade. As respostas devem apontar que, ao dar visibilidade às experiências, saberes e perspectivas de cada faixa etária, as campanhas contribuem para ampliar a compreensão mútua, estimular o diálogo e fortalecer os laços de solidariedade e cooperação entre pessoas de idades distintas.

Trilha de exercícios

Para esta aula, são indicados os exercícios **03 e 04 do bloco de conteúdo “Ética e relações intergeracionais”**. Dentro desse conjunto, eles pretendem **consolidar** elementos. Esses exercícios podem ser feitos em casa, de forma autônoma pelos estudantes, ou você pode selecionar alguns para trabalhar em sala de aula.

O item 03 traz um trecho da peça *Entre quatro paredes*, de Jean-Paul Sartre, para identificar uma característica de sua Filosofia por meio de sua dramaturgia.

O item 04 parte de um trecho do Estatuto da Pessoa Idosa para identificar um de seus aspectos centrais.



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**