

EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CIDADANIA FISCAL: DA ESCOLA PARA A VIDA

O PROJETO COMPÕE A PARTE DIVERSIFICADA DO CURRÍCULO DOS ANOS FINAIS DAS ESCOLAS DA REDE MUNICIPAL DE ENSINO DO MUNICÍPIO. A TEMÁTICA DA EDUCAÇÃO FISCAL É DESENVOLVIDA EM 45 UNIDADES ESCOLARES DA REDE DE ENSINO MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, NAS AULAS DE ENRIQUECIMENTO CURRICULAR (PARTE DIVERSIFICADA DO CURRÍCULO) PARA OS ESTUDANTES DO 7º ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL (ANOS FINAIS). A TEMÁTICA DA EDUCAÇÃO FISCAL É ABORDADA NO MUNICÍPIO DESDE 2006, CONTUDO A PARCERIA COM A RECEITA FEDERAL RECEBEU MAIOR ÊNFASE A PARTIR DE 2017 E TEM ALCANÇADO UM NÚMERO ASCENDENTE DE ESTUDANTES. PARA A TEMÁTICA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CIDADANIA FISCAL, OS DOCENTES ELABORAM UMA SEQUÊNCIA DIDÁTICA COM AS PROPOSTAS DAS ATIVIDADES QUE SERÃO DESENVOLVIDAS E APLICADAS NAS AULAS DE ENRIQUECIMENTO CURRICULAR E AS TRÊS MELHORES PRÁTICAS SÃO PREMIADAS NO EMPREENDE STARTUPS EDUCACIONAIS (EVENTO ANUAL DE APRESENTAÇÃO DOS PROJETOS DESENVOLVIDOS NO COMPONENTE DO ENRIQUECIMENTO CURRICULAR). TODOS OS ESTUDANTES DO SÉTIMO ANO PRODUZEM, COMO PRODUTO FINAL (DA TEMÁTICA DESENVOLVIDA), UM INFOGRÁFICO, O QUAL FAZ PARTE DE CONCURSO MUNICIPAL, SENDO COMPOSTO POR: ? UMA SELETIVA LOCAL - NA QUAL TODOS OS ESTUDANTES DO SÉTIMO ANO ENTREGAM A PRODUÇÃO REALIZADA E A COMUNIDADE ESCOLAR SELECIONA 10 PARA PARTICIPAR DA PRÓXIMA ETAPA; ? SELETIVA MUNICIPAL - OS INFOGRÁFICOS PRODUZIDOS PELAS UNIDADES ESCOLARES SÃO SELECIONADOS POR UMA COMISSÃO REALIZADA PELA EQUIPE CEDEMP, NA QUAL CADA UNIDADE ESCOLAR TERÁ UM INFOGRÁFICO REPRESENTANTE PARA A ETAPA SUBSEQUENTE; ? INDICAÇÃO DE UM INFOGRÁFICO ESCOLHIDO PARA REPRESENTAR A UNIDADE ESCOLAR NO EMPREENDE. AO TOTAL SÃO 45 INFOGRÁFICOS FINALISTAS, E DESTES, OS CINCO MELHORES ELABORADOS SÃO PREMIADOS, COM AS MERCADORIAS DOADAS PELA RECEITA FEDERAL. RESSALTAMOS QUE A PRODUÇÃO DOS INFOGRÁFICOS NO ÂMBITO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CIDADANIA FISCAL, TRATA-SE DA ETAPA FINAL DOS ESTUDOS E ESFORÇOS ACADÊMICOS DE TODO UM ANO LETIVO. ESTUDOS RECENTES DÃO CONTA DE QUE OS INFOGRÁFICOS SÃO 30 VEZES MAIS PROPENSOS A SEREM LIDOS DO QUE ARTIGOS DE TEXTO. ISSO AUMENTA AS CHANCES DE QUE SUA MENSAGEM SEJA VISTA. ALÉM DISSO, 90% DAS INFORMAÇÕES TRANSMITIDAS PARA O CÉREBRO SÃO VISUAIS, SENDO ELAS PROCESSADOS 60 MIL VEZES MAIS RÁPIDO DO QUE A LEITURA DO TEXTO, ESPECIALMENTE NO CONTEXTO ABORDADO.

**NOME DO COORDENADOR:
ALEXANDRE MAZZA RODRIGUES - JOSIANE SABOIA OLIVEIRA NERI**