

The image is a screenshot of a web browser displaying an article. At the top, there is a navigation bar with a search icon, the text 'Partilhar Denunciar abuso Usar seguinte', and links for 'Criar blogue' and 'Iniciar sessão'. Below the navigation bar is a large photograph of a school building with a fence in front. The text 'A Tua Escola' is overlaid on the top left of the photo in yellow. Below the photo, the text reads 'Um espaço dedicado a todos os professores portugueses'. Underneath that, a paragraph states: 'Para transformar os ficheiros PDF aqui disponibilizados em ficheiros WORD faça o download do documento para o seu computador e clique no seguinte link - PDF a WORD - seguindo as instruções.' Below this is a red 'Partilhar' button and a 'Close' link. The date 'DOMINGO, 11 DE ABRIL DE 2016' is shown on the left, and 'ONLINE DESDE ...' is on the right. The article title 'Marketing de causas nas escolas' is in green. The main text begins with 'Associação Portuguesa de Anunciantes lança terceira fase do Media Smart, um programa escolar de literacia para a publicidade destinado a crianças dos 7 aos 11 anos. Técnicas usadas em campanhas de solidariedade...'.

Marketing de causas nas escolas

Associação Portuguesa de Anunciantes lança terceira fase do Media Smart, um programa escolar de literacia para a publicidade destinado a crianças dos 7 aos 11 anos. Técnicas usadas em campanhas de solidariedade serão analisadas pelos mais pequenos.

É mais um módulo, o terceiro, totalmente dedicado à comunicação não comercial. O Media Smart, programa escolar de literacia para a publicidade nos diferentes media, concebido para crianças dos 7 aos 11 anos, entra numa nova etapa. A Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), que promove a iniciativa, quer que os mais novos se debrucem sobre o marketing de causas e percebam como funcionam as técnicas usadas em campanhas de solidariedade, nomeadamente as planeadas pelas organizações não-governamentais.

Pretende-se uma abordagem mais dinâmica nas aulas e, por isso, há diversos materiais, incluindo em suporte audiovisual recente, para analisar vários itens relacionados com o tema. O que vai ser feito? Há muito por onde explorar e os alunos terão ao dispor ferramentas para criar um storyboard ou uma campanha multimédia. Primeiro, é preciso apreender conceitos e assimilar alguns temas importantes para depois usar a imaginação. Os mais pequenos tentam perceber como os profissionais da publicidade não comercial trabalham, quais os objectivos inerentes à divulgação de causas para depois arregaçar as mangas e aplicarem conhecimentos adquiridos.

Esta nova etapa do programa da APAN não descarta os resultados de dois estudos de avaliação, utilização e notoriedade realizados para avaliar o impacto do Media Smart, que neste momento se encontra implementado em 33% das escolas do 1.º e 2.º ciclos do Ensino Básico. Dados conhecidos, dois anos depois do arranque do projecto, e que foram tidos em conta na hora de desenhar mais uma fase do programa que está já disponível a professores e escolas.

O Media Smart tem já um plano de acções para este ano e que aposta numa maior proximidade com as escolas, através de um reforço de colaboração com o Ministério da Educação, e na promoção da notoriedade conquistada. Em agenda estão oficinas de formação contínua para professores, workshops regulares, uma newsletter digital e uma campanha publicitária para divulgar o programa.

O Media Smart tem como principal objectivo desenvolver competências nas crianças, de forma a que compreendam e interpretem correctamente as mensagens publicitárias, e está a ser bem recebido pela comunidade educativa. A nota dada pelos docentes é positiva: 92% consideram que os materiais disponibilizados são muito interessantes e 86% garantem que tem havido uma boa adesão por parte dos alunos. Mais de 2 300 estabelecimentos de ensino aderiram ao Media Smart e 89% dos professores inquiridos consideram que os materiais do programa são criativos, 95% apelidam-nos de inovadores e 80% garantem que são eficazes.

Num dos estudos efectuados, os docentes adiantam que a Internet, os colegas e os meios de comunicação social são também responsáveis pela notoriedade do Media Smart. Além disso, o Ministério da Educação é referido como uma fonte importante para a motivação das escolas na adesão ao programa.

O programa da APAN foi lançado em Fevereiro de 2008, altura em que o primeiro módulo foi disponibilizado às escolas públicas e privadas do 1.º e 2.º ciclos. Com esta actividade, a APAN pretende que os alunos mais novos percebam como funciona a publicidade, que aprendam a absorvê-la para que se tornem cidadãos mais responsáveis, conscientes e capazes de fazerem escolhas informadas.

Manuela Botelho, secretária-geral da APAN, está satisfeita com os resultados obtidos e com o reconhecimento conquistado ao longo dos últimos dois anos. "O Media Smart é, neste momento, uma aposta ganha, que reflecte a nossa posição de zelar pelas necessidades específicas deste público-alvo que são as crianças, e a importância da literacia mediática para o desenvolvimento de cidadãos mais bem preparados para viverem num mundo comercial", salienta, numa nota enviada à imprensa.

Sara R. Oliveira

<http://atuaescola.blogspot.com/2010/04/marketing-de-causas-nas-escolas.html>