

**PUBLICIDADE**

# Media Smart promove literacia para a publicidade nas escolas

## Anunciantes financiam orçamento anual de 200 mil euros

**Adriano Nobre** [anobre@mediafin.pt](mailto:anobre@mediafin.pt)

A Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN) apresentou oficialmente esta quarta-feira o programa Media Smart, projecto de literacia para a publicidade direccionado para crianças dos 1.º e 2.º ciclos do ensino público e privado.

Já implementado no Canadá e em sete países europeus, o programa tem por objectivo “desenvolver o espírito crítico das crianças na análise e interpretação das mensagens publicitárias”, dentro de uma lógica de “formação para a cidadania”, resumiu a secretária-geral da APAN, Manuel Botelho.

Depois de uma fase de testes e de sessões de formação promovidas “em doze escolas de Norte a Sul do país”, o Media Smart começará a ser implementado oficialmente nas escolas aderentes a partir de Janeiro de 2008. Um processo que contará com um modelo de “apresentação activa” do programa em escolas de todo o país e com uma “campanha de divulgação em TV e imprensa”.

O facto de a adopção deste projecto não implicar qualquer investimento financeiro por parte das escolas na aquisição de materiais, aliado à condição “não comercial” do



**O programa não conta com qualquer financiamento governamental. O orçamento de 200 mil euros anuais é, por isso, garantido através do apoio de anunciantes de vários sectores do mercado.**

Data: 02.11.2007

Titulo: Media Smart promove literária para a publicidade nas escolas

Pub: JORNAL DE  
**negócios**

Tipo: Jornal Nacional Diário

Secção: Media

Pág: 62

  
clipping  
consultores

programa, faz com que a implementação do Media Smart seja “financiada por empresas-anunciantes de vários sectores”.

“Não há qualquer apoio governamental. É um projecto que resulta de uma dinâmica associativista e que tem financiamento de empresas de áreas como as telecomunicações, a distribuição alimentar ou a restauração”, exemplifica Manuela Botelho. “É uma forma de demonstrar que a indústria está atenta e que responde às preocupações da sociedade em relação à publicidade.”

O regime de financiamento conta com “participações anuais de cinco, dez ou quinze mil euros por empresa, consoante a facturação de cada uma”. Até ao momento, a APAN já garantiu financiamento por parte de dez empresas, não estando ainda “completamente assegurado o orçamento anual de 200 mil euros” que o programa contempla nos seus primeiros três anos.

Paralelamente ao papel da APAN, como promotora deste projecto, a implementação do Media Smart e a definição do programa e dos seus objectivos pedagógicos está a cargo de um grupo de peritos independente coordenado por Roberto Carneiro.

Área: 317cm<sup>2</sup> / 33%

FOTO Titagem: 16.981

Cores: 4 Cores

ID: 1840272