



**ESCOLAS** ■ INVESTIMENTO ANUAL DE 130 MIL EUROS NA INICIATIVA

# Publicidade ensinada

Programa para alunos dos 1.º e 2.º Ciclos pretende ajudar a perceber os anúncios

■ EDGAR NASCIMENTO

Isabel já comprou um Kinder Délice Coco e não gostou. "Vi a publicidade e pedi à minha mãe para comprar. Gastou dinheiro, mas depois não gostei", diz a aluna do 4.º ano da EB1 Santo António, de Lisboa. Isabel Mouzinho esteve entre os 17 jovens que ontem demonstraram como irá funcionar o programa facultativo 'Media Smart', destinado a garantir educação para a publicidade e que envolve um investimento anual de 130 mil euros.

Numa sala da Escola Eugénio dos Santos, sede do agrupamento a que pertence a EB1 Santo António, a professora Conceição Henrique distribuiu cartões com frases sobre a publicidade. Os alunos elegeram a melhor: "Os anúncios encorajam maus comportamentos." "Há anúncios que nos levam a comprar coisas que não devemos. Uns anúncios são bons, outros são maus", assinalou um dos jovens. Na óptica da docente, o programa pode ser transportado para outras áreas, como a área de



▲ DISCUTIR OS ANÚNCIOS DA TELEVISÃO OU JORNAIS COM OS PROFESSORES MOTIVA OS ALUNOS MAIS JOVENS

projecto, apoio ao estudo ou expressões plásticas. "O objectivo é desenvolver a capacidade dos alunos de lerem a realidade, de conseguirem emitir uma opinião. Desenvolve capacidades de leitura, de pensamento, de saber criticar", realçou.

O ex-ministro da Educação Roberto Carneiro, que lidera o Grupo de Peritos do 'Media Smart', considera

ser preciso "dotar as crianças de competências para serem melhores gestoras do risco". Não vê o facto de o programa ser uma iniciativa da Associação Portuguesa de Anunciantes como óbice. "O projecto é orientado por pedagogos e especialistas. Não é imposto, é proposto. É uma proposta também aos pais, para chamar a atenção do que é a publicidade".

João Pinto, de nove anos, acha "importante" a aula sobre publicidade. "Acho engraçado, é bom para percebermos os anúncios. Às vezes peço coisas aos meus pais que vejo na televisão", admite. Ontem começaram a ser enviadas cartas para todos os conselhos executivos das escolas dos 1.º e 2.º Ciclos, com informações sobre o 'Media Smart'. ●