

INTRODUÇÃO AO PROGRAMA MEDIA SMART

As crianças dos nossos dias crescem num ambiente onde não só os diversos meios de comunicação social estão mais acessíveis, como elas próprias têm cada vez mais capacidade para decidir sobre o "consumo" desses mesmos meios (atualmente, 53% das crianças portuguesas entre os 7 e os 10 anos têm uma televisão para uso próprio¹).

Segundo dados apurados pelo Fórum da Criança, um projeto inédito em Portugal e a partir do qual têm vindo a ser desenvolvidos estudos quantitativos, contínuos e aprofundados sobre o mercado infantil, ver televisão é não só a atividade de lazer com maior número de adeptos em qualquer um dos períodos e dias da semana, como é também a que ocupa a maior parte do tempo das crianças - cerca de duas horas diárias aos dias de semana e três horas ao fim-de-semana -, e uma das mais transversais quer em termos de segmento etário, quer em termos de sexo².

Neste contexto, o Media Smart surge como um programa sem fins lucrativos de literacia sobre a publicidade nos diversos media, dirigido a crianças em idade escolar, entre os 7 e os 11 anos, que fornece gratuitamente material educacional às escolas do 1.º e 2.º ciclos. Este programa tem como objetivo ajudar as crianças a pensarem de uma forma crítica sobre a publicidade no contexto das suas vidas diárias.

Acreditamos sinceramente que os materiais do Media Smart podem ajudá-los a ver televisão, a ler jornais e revistas ou a ouvir a rádio de uma forma mais crítica e, assim, a fazerem escolhas mais conscientes.

O **Dossier - Para um público esperto, um olhar mais desperto** é composto por um conjunto de 12 lições e foi preparado tendo por base diversos materiais desenvolvidos no Reino Unido e noutros países europeus, e constitui uma introdução abrangente e empenhada ao incremento da literacia sobre a publicidade. Esta, ao ser utilizada como objeto de análise, fornece às crianças as competências necessárias para que possam aumentar não só os seus conhecimentos como a capacidade de interpretação.

Na versão portuguesa deste programa, os materiais desenvolvidos por diversos especialistas europeus foram alvo de uma adaptação à realidade nacional e aprovados por um grupo de peritos portugueses onde constam especialistas em Marketing e Publicidade, em Educação, em Psicologia, em Nutrição e Estilos de Vida Saudáveis e, ainda, representantes governamentais nas áreas da Educação, Saúde e Defesa do Consumidor, bem como um Observador da União Europeia, liderados pelo Professor Roberto Carneiro, Doutor Honorário em Ciências da Educação pela Universidade de Londres.

Por sugestão do nosso grupo de peritos, cada Tópico apresentado assenta em exemplos reais retirados do mundo da publicidade em Portugal. Esta abordagem, que recorre a material original oriundo dos diversos meios de comunicação, constitui a forma mais estimulante e eficaz de desenvolver ensinamentos específicos sobre esses mesmos meios e as mensagens que transmitem. Um dos módulos deste programa é dedicado à publicidade não comercial, de forma a não excluir aqueles professores que têm preocupações acerca da utilização de material comercial dentro da sala de aula.

Esperamos que possa ver neste conjunto de módulos um recurso interessante e útil no desenvolvimento das competências dos seus alunos. Os seus comentários e sugestões são sempre bem-vindos, para o que pode utilizar o formulário anexo no fim desta brochura.

António Saraiva de Reffóios – Ano de 2008

¹ Fonte: Estudo Fórum da Criança 2006.

² Fonte: Fórum da Criança 2006 - Chaves M., Dutschke G., APEME in Kids'Power - A geração Net em Portugal, p. 91, Plátano Editora, 2007, Lisboa.