

NÃO

Aluno-propaganda

FÁBIO BEZERRA DE BRITO

F10.9 P.A 3

O USO DE propaganda nos uniformes das escolas da Prefeitura de São Paulo fere direitos constitucionais das crianças e dos adolescentes. O mesmo artigo 227 da Constituição de 1988, que estabelece o direito à educação, determina como dever do Estado protegê-los da exploração econômica.

Ao utilizar os uniformes escolares para veiculação de logomarca comercial, a prefeitura, em flagrante contradição com a lei federal, faz deles garotos e garotas-propaganda de empresas que obviamente pretendem obter retorno financeiro por meio da divulgação do logo institucional ou marca de seu produto no espaço escolar, nos meios de transporte e em todos os lugares por onde andarem os eventuais recém-contratados outdoors ambulantes.

Para legitimar a nova modalidade de trabalho infantil, a prefeitura espera contar com a aceitação dos pais e da opinião pública à custa da promessa de manter a oferta de uniforme e material escolar bem como destinar recursos economizados com esses itens para a construção de novas unidades de ensino. Essas promessas nada mais são do que deveres governamentais estabelecidos na legislação municipal, a qual prevê verbas exclusivamente destinadas à educação pública.

Acena-se, portanto, às famílias com benefícios que são direitos, pedindo-lhes em troca o emprego de seus filhos como instrumentos de propaganda, o que pode vir a colocá-los em situação vexatória. Quem conhece a realidade das relações interpessoais no ambiente

escolar sabe que, dependendo do nome do produto ou da empresa estampado no uniforme, pode haver margem a trocadilhos, brincadeiras e provocações constrangedoras entre os alunos.

Para crianças e adolescentes, o uniforme escolar não é uma roupa qualquer, se é que existe uma roupa qualquer para essa faixa etária. O uniforme é usado diariamente, nas visitas a exposições e demais saídas escolares, numa fase na qual a preocupação com a imagem de si mesmo e com a opinião do outro tem muito mais peso. Pode-se simplesmente ignorar essa questão ou reconhecê-la e tratá-la de modo pedagógico. Em vez de ser visto como mais uma imposição institucional, o uniforme pode ter significados simbólicos relacionados aos sentimentos de pertencimento e de identificação com a escola e sua comunidade.

Na Escola de Aplicação da Faculdade de Educação da USP, os alunos puderam vivenciar a experiência da escolha do novo uniforme e logomarca da escola. Diante de reiteradas reclamações sobre o logo antigo, a escola resolveu envolver a comunidade escolar num processo democrático de criação de um novo uniforme, visto como mais um elo do aluno à escola. As crianças das séries iniciais fizeram desenhos representando sua visão da escola, que serviram de base para estudantes da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP conceberem diferentes projetos visuais de logo e uniforme, apresentados em pôsteres a toda comunidade escolar.

Todos os alunos puderam votar na

proposta que melhor representasse a escola e com o qual mais se identificassem. Como professor à época, pude acompanhar a votação e fiquei surpreso com a expressiva participação, que se manifestou nas discussões acaloradas e campanhas pró e contra as diferentes propostas.

No decorrer do processo, os alunos sentiram que sua opinião era valorizada, que tinham algo a dizer sobre a logomarca da escola, sobre o uniforme que usariam e o que este deveria expressar. Aprenderam a valorizar a escolha democrática, exercitaram sua criatividade e habilidade artística, desenvolveram a capacidade argumentativa e de interpretação de imagens, entre outras competências e atitudes importantes à sua formação para cidadania ativa.

A questão pedagógica, entretanto, parece ter sido a menos considerada no projeto da privatização dos uniformes escolares. Em contradição com o discurso dos textos da Secretaria Municipal da Educação sobre formação de sujeitos críticos, reduz o aluno à condição de objeto, "coisificando-o", como no poema "Eu, Etiqueta", de Drummond. Porém, ao contrário do eu lírico do poema, que diz não ser "anúncio contratado", pois paga "para anunciar, para vender", no caso das crianças e adolescentes das escolas da prefeitura, trata-se de "anúncio contratado" à revelia destes e por aqueles que teriam o dever constitucional de garantir-lhes educação pública de qualidade e a salvo de toda a forma de exploração econômica.

Fábio Bezerra de Brito, 31, é diretor da Escola de Aplicação da Faculdade de Educação da USP.