

Educadores divergem sobre brinde em escola

Para diretora da Faculdade de Educação da PUC, só a distribuição de produtos para alunos não é necessariamente ruim

Envolvimento de professor em ações de marketing é criticado; para sindicato da categoria, isso 'parece desvirtuamento da função'

DA REPORTAGEM LOCAL

A promoção de merchandising nas escolas é polêmica entre especialistas em educação.

A pedagoga Neide Noffs, diretora da Faculdade de Educação da PUC de São Paulo, diz que funcionários não devem ser envolvidos em distribuição de brindes, mas que essas ações, por si só, não são necessariamente ruins.

"Acho um problema quando a escola fecha acordo com uma só marca e não aceita distribuir os concorrentes. Mas se o aluno tem contato com mídia, conhece produtos, não há problema em ganhar um presente", diz ela, com ressalvas sobre a participação de docentes.

"Outra coisa é o funcionário da escola vestir camiseta com uma marca. Acho que, desse modo, ele influencia demais os alunos sobre a imagem daquele produto."

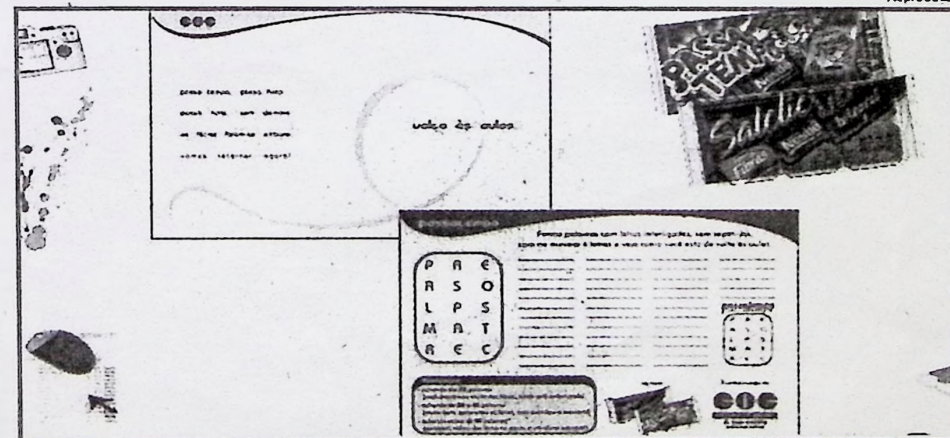
Noffs está entre os educadores que não veem problemas, por exemplo, em visitar fábricas e receber amostras grátis no final do passeio.

Já o professor Vitor Paro, da USP, é enfático ao criticar ações educativas que envolvem publicidade. "Acho o fim da picada. A escola, mesmo a particular, é um ambiente público, onde alunos com a personalidade ainda em formação aprendem valores. Envolver professores em ações como essas, como em porta de vestibular, é uma vergonha", diz.

Celso Napolitano, vice-presidente do Sindicato dos Professores de SP, diz que é ruim a participação de educadores em merchandising. "Há um problema de credibilidade. Me parece um desvirtuamento da função do professor", afirma.

MATERIAL COM PROPAGANDA

Reprodução



Para marcar o retorno das férias escolares, colégio usa jogo com imagem de produtos