

A AUTORA

Benita Prieto

Contadora de histórias do Grupo Morandubetá, especialista em Literatura infantil e juvenil.

CAMPANHA *AMIGOS DA ESCOLA*: TUDO PELO COMPUTADOR

Campanha publicitária induz telespectador a erro ao veicular que através de computadores se tem acesso a todos os livros

Ao assistir a um programa de televisão, fui surpreendida por uma propaganda veiculada pela campanha *Amigos da escola* da Rede Globo. Trata-se de um anúncio no qual uma professora fala sobre as maravilhas e os prazeres da leitura e do livro, além da ótima relação que as crianças têm com eles. Num determinado momento da peça, a professora diz que atrás da porta, a qual ela indica, há muitos livros. Ao abrir-se a porta, a imagem que aparece no vídeo é a de um computador.

A minha primeira reação foi de espanto, seguida de profunda indignação. Não fosse essa campanha promovida por uma empresa de comunicação, diria que é uma propaganda de alguma indústria interessada em vender computadores.

Mais tarde, neste mesmo dia, vi um outro anúncio em que se fala de artes plás-

ticas e não tive escolha senão escrever esta pequena reflexão.

Devo dizer, em primeiro lugar, que não me coloco contra a idéia dos *Amigos da escola* e acho extremamente importante o trabalho voluntário. Espero que a Rede Globo, passado o ano de 2001, dedicado internacionalmente ao voluntariado, conforme sugestão da ONU, continue a promovê-lo como tenho visto em seus programas, mostrando ações e propondo outras tantas. Mas não é possível que uma empresa dessa qualidade ou seja lá quem criou a campanha faça propaganda enganosa.

Vamos por partes. Com relação às artes plásticas acho até que é possível, em parte. Claro que o computador não tem todas as obras de arte dentro dele, como é dito, mas há uma amostragem bem interessante em *CD-rom* e em páginas na Internet, dando-nos acesso aos museus e às visitas

guiadas ou às páginas de alguns artistas. Embora, na peça publicitária, não se tenha levado em consideração o prazer estético de estar ao vivo com um quadro, escultura, instalação. Sabemos que é impossível provocar essa emoção usando apenas a telinha do computador, pode ser que com a realidade virtual isso se modifique, mas até o momento está fora de cogitação. E o que dizer dos artistas populares que estão espalhados, pelo Brasil e pelo mundo e, com certeza, não estão à disposição (será que algum dia estarão?) nesse veículo.

MISTIFICAÇÃO

Já a propaganda sobre os livros é lamentável. Parece que quem a idealizou acredita que a biblioteca total de Borges é uma realidade na rede.

A propaganda provoca uma grande confusão e contribui para criar uma fantasia que não se sustenta. Sabemos que pouquíssimos livros se lêem na internet ou no *CD-rom* ou no *e-book*.

Inclusive no caso do *e-book*, conforme matéria do jornal O Globo, de 2 de julho de 2001, página 3 do Caderno Informática, lê-se que “*E-book* vira aperitivo e obra impressa é o prato principal”. A matéria faz uma reflexão interessante sobre como tudo isso ainda é futuro, mostrando a preferên-

cia pelo tradicional e velho conhecido livro. Também existem poucos acervos brasileiros informatizados¹ e as bibliotecas em sua maioria não se encontram interligadas. Portanto, mesmo a possibilidade do empréstimo para fazer chegar o objeto-livro ao usuário não tem meios para acontecer.

Não me coloco contra a tecnologia e acho que todas as escolas brasileiras têm que ter computadores para que não criemos mais um tipo de analfabetismo no Brasil, já bastam o real e o funcional. No entanto, é fundamental que também existam bibliotecas escolares, pois essa passagem do código ao mundo digital é algo para outras gerações, se acontecer. Por que a campanha não propõe que se doem livros para as escolas e se faça um mutirão para dinamizar esse acervo? É fácil pensar nas vantagens. Uma biblioteca com cem livros contempla cem leitores ao mesmo tempo. Será que um computador pode atender a essa demanda?

Se fossem tempos de apagão, permitam-me uma digressão e uma brincadeira, que, aliás, deveriam ser mais estimuladas na escola... mas isso é conversa para outro dia. O que quero dizer é que manter um computador ligado é uma forma de não se atingir a meta estabelecida pelo governo, já que um livro pode ser lido até à luz de velas, pois nossos antepassados o faziam e não ficaram cegos por isso.

Existe um público ávido para consumir, mas o livro não chega a ele. Segundo dados de 1999, publicados pelo IBGE e disponíveis na página www.ibge.gov.br, temos no Brasil 20% de municípios que não dispõem de biblioteca pública e dos 80% restantes, 69% têm apenas uma biblioteca

1. A Biblioteca Nacional tinha como meta informatizar seu acervo até outubro/2001.

pública. No país, apenas 35% das cidades têm livrarias. O Correio Braziliense, em sua edição de 18 de abril de 2001, dia do livro infantil e juvenil brasileiro, como homenagem ao aniversariante Monteiro Lobato, utilizou os dados acima em matéria de Paulo Paniago, intitulada *IBGE revela miséria cultural*. E em determinado

momento o jornalista escreve que o resultado mostra “a indigência cultural do cidadão brasileiro”.

Quero finalizar lembrando que se não necessitamos do objeto-livro, também não precisamos dos jornais ou das revistas impressas. Eles também podem estar apenas na telinha de um computador.

Resumo: O artigo critica a peça publicitária, veiculada pela Rede Globo, que trata da campanha Amigos da escola sobre biblioteca virtual. Lembra que os acervos não estão digitalizados e, portanto, não disponíveis na Internet, sendo a publicidade enganosa. Destaca também que é favorável às novas tecnologias, mas que é importante permitir o acesso do leitor ao objeto livro, o que poderia ser incentivado com uma campanha de doações de livros em benefício das bibliotecas escolares. Termina dando dados do IBGE sobre a precariedade do acesso ao livro, no Brasil, através de livrarias e bibliotecas públicas.

Palavras-chave: publicidade enganosa, Amigos da escola, biblioteca, livro, computador

(The “Friends of the School”: computer is law)

Abstract: The article criticizes the advertisement the Globo TV Network aired dealing with the “Friends of the School” campaign on virtual libraries. It claims that since the collections are not digitalized and, therefore, are not available through the Internet, the advertisement is deceptive. It also emphasizes that it is favorable to new technologies, but that it is important to give the reader access to books and that there could be a campaign aiming at stimulating book donations to benefit school libraries. The article concludes providing IBGE data regarding how difficult it is to have access to books, in Brazil, at bookstores and public libraries.

Key words: deceptive advertisement, “Friends of the School”, library, book, computer