

# Em busca de uma infância mais sustentável

## Ministério do Meio Ambiente reúne várias instâncias do governo para discutir o consumismo infantil

LUCIANA CASEMIRO  
lucianac@oglobo.com.br

Era uma vez... Reescrever a história da sociedade do século XXI dentro de um modelo economicamente equilibrado, socialmente mais justo e ambientalmente correto, tudo isso a partir das crianças. O objetivo ambicioso está no capítulo final de um projeto que começou com a publicação da cartilha “Consumismo infantil: na contramão da sustentabilidade”, lançada este mês, e que ganhará corpo, em janeiro, com a formação de um Grupo de Trabalho Interministerial que se debruçará sobre o tema. Capitaneado pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), o grupo contará, a princípio, com a participação dos ministérios da Educação e da Saúde e das secretarias de Direitos Humanos e do Consumidor. A ideia é coordenar ações e trabalhar questões que vão da obesidade infantil ao descarte de lixo, do compartilhamento de brinquedos à publicidade infantil.

— A importância do tema é óbvia, mas vem sendo tratada de maneira isolada pelos ministérios. O da Saúde trabalha no combate à obesidade infantil, com acordos para redução de sódio nos alimentos, por exemplo; o MEC trabalha no ensino fundamental educação para alimentação saudável; a Secretaria de Direitos Humanos, políticas afirmativas pelo bem estar da criança e contra o uso abusivo da propaganda e por aí vai. O que queremos com o grupo é trabalhar de maneira estruturada, com integração — explica Samyra Crespo, secretaria de Articulação Institucional do MMA.

### GERAÇÃO RIO 92 JÁ É MAIS SENSÍVEL

Na avaliação de Samyra, o tema sustentabilidade ganhou uma aderência muito grande nas políticas públicas com a Rio+20. E apesar do desafio ser enorme, diz ela, é visível o avanço que houve da geração da primeira conferência do meio ambiente, a Rio 92, pra cá:

— A população adulta, que discutiu esse tema nos bancos escolares, hoje tem outra sensibilidade em relação às questões ambientais. Mas o tema ainda é um pouco quebra-cabeça para essas pessoas, que se preocupam com a natureza, mas como agem dentro de casa? Queremos é aproximar as realidades e deixar esse cidadão mais íntegro.

Angélica Goulart, secretária nacional de Promoção dos Direitos da Criança e do Adolescente, destaca que o olhar especial sobre a infância se dá pela possibilidade de esse período representa de real mudança de cultura:

— Família, sociedade, governo têm potencial de contribuir para essa trans-



ANDRÉ MELLO

formação em direção a um mundo melhor. Educação em direitos humanos é um tripé para alcançar uma sociedade mais sustentável. Como ter respeito à natureza se não respeito às outras pessoas? É preciso consumir com a mesma responsabilidade com a qual a gente se relaciona com as coisas da natureza, os bens e as pessoas. Não podemos permitir a naturalização da violência entendida como uso inadequado do poder do mais forte contra o mais fraco, seja físico ou simbólico.

Angélica destaca que as crianças já têm uma sabedoria natural:

— Elas estão muito mais abertas ao mundo, prestam mais atenção e observam as regras, afinal elas são chamadas o tempo todo a fazê-lo. Se durante a infância propiciamos uma experiência viva nessa direção, teremos adultos mais sensíveis, mais respeitosos.

Para Ana Wilhelm, diretora executiva do Instituto Akatu — pelo Consumo Consciente, a formação de um grupo de trabalho sobre “Consumismo infantil” é de extrema importância:

— No geral, as políticas públicas fragmentam as crianças. É preciso tratá-las de forma integral com vistas às necessidades que têm e considerando que elas estão em desenvolvimento. E o consumo tem sido fonte de uma ansiedade pelo “ter” que nunca se satisfaz e se reflete na obesidade, em doenças psíquicas. É na escola, na convivência do coletivo, que se resgata valores como compartilhar, trocar e estimular

o criativo. E a criança acaba contaminando o adulto. A questão é que o modelo atual não está trazendo felicidade, mas doença.

Juliana Pereira, secretária Nacional do Consumidor (Senacon), pretende oferecer a esse cidadão engajado em práticas conscientes a possibilidade de exercê-las, exigindo do mercado as condições para tanto:

— Todo cidadão está num contexto social. Estamos num momento de ampliação do acesso, em que é preciso construir consciência desse consumo e exigir do mercado que ofereça possibilidade para que o consumidor exerça esse engajamento.

Coordenadora de mobilização do Instituto Alana, Gabriela Vuolo, diz que a recém-lançada cartilha “Consumismo infantil: na contramão da sustentabilidade”, do qual o instituto é coautor, foi o primeiro passo na direção do tra-

balho do grupo interministerial. O texto tem como objetivo orientar pais e educadores a aplicar conceitos no dia a dia das crianças que freiem excessos e hábitos poucos saudáveis:

— O consumismo não é um problema de um motivo só. Os pais têm um papel importante de estabelecer limites e dar exemplos, para não levar os filhos a uma lógica consumista sem perceber. A publicidade também tem um papel muito importante nesse contexto. Pesquisas mostram que até 12 anos de idade as crianças não diferenciam a publicidade da programação. Essa vulnerabilidade tem que ser respeitada.

O impacto da publicidade na vida da criança é o tema de um estudo que a Senacon está fazendo em parceria com a Unesco, revela Juliana:

— A Senacon tem o compromisso de levar esse debate tecnicamente e há

mais de um ano firmou parceria com a Unesco e passou a realizar uma análise científica e acadêmica desse impacto, com os maiores especialistas no tema. Além disso, estamos fazendo pesquisa de campo e estudo de várias regulações mundo afora. Quando estiver pronto, vamos abrir a discussão com a sociedade e a indústria será chamada.

Um estudo técnico é justamente o que defende o vice-presidente da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) Rafael Sampaio, usando como exemplo o que foi feito na Inglaterra sobre obesidade. Ele concorda que a publicidade é um dos temas a serem dis-

cutidos quando se fala de consumismo infantil. Mas discorda da forma como esse debate tem sido feito:

— O que temos hoje é um embate, cada um defende a sua posição. Como a publicidade é uma coisa fácil de controlar, querem começar a tratar o problema por ela. Se as soluções não são geradas de maneira coletiva, não funcionam — diz Sampaio, destacando que o consumismo está no gene humano — Vivemos 15 mil anos de escassez, o que quer dizer que o acúmulo era uma questão de sobrevivência. Somos descendentes destes que conseguiram acumular e sobreviver. A questão do excesso é recente, não tem um século. Viraram a chave da sociedade da escassez para o excesso e ela não estava preparada para enfrentar isso. A genética diz que a felicidade é ter mais. Esse será um processo demorado. É preciso uma mudança na psique humana. ●

“

A questão é que o modelo atual não está trazendo felicidade, mas doença”

Ana Wilhelm,

Diretora executiva do Instituto Akatu