

O encerramento do mês das mães na [Fundação Sintaf](#) foi feito com uma conversa sobre os riscos à infância causados por publicidades que incentivam o consumismo. A coordenadora do Grim, Inês Vitorino, foi a provocadora do debate, ocorrido na tarde desta segunda-feira, 30, na sede da fundação. Ainda foi exibido um trecho do documentário [Criança, a alma do negócio](#)

O filme, aliás, foi a inspiração do convite ao Grim. O filho de umas das diretoras da Fundação Sintaf, Susie Marino, viu o filme na escola e comentou com ela em casa. Ao assistir ao documentário, Susie conta ter ficado ainda mais ciente do males dessa “doença” e resolveu levar o tema para ser debatido em uma sala cheia não só de sindicalistas, mas também de mães. Com isso, a organização foi atrás do Grim para qualificar a discussão.

Em sua fala, Inês buscou incentivar as mães presentes para que percebam as estratégias adotadas pela publicidade para vender, de forma que, sabendo disso, conversem com os filhos para desconstruir esses apelos. Ela alertou que a publicidade não somente estimula a compra de produtos, mas vende sensações, como a felicidade e prazer, que são atreladas ao consumo de dada mercadoria. “Não importa se determinada mensagem vá construir competição nas crianças; se isso ajudar a vender, ela vai estar na publicidade”.

As consequências disso são muitas: quem não tem como pagar pelos produtos, fica excluído de um convívio social pautado pelo consumismo. Padrões de beleza inatingíveis são criados, gerando descontentamento com o próprio corpo, sobretudo, nas meninas. Produtos prejudiciais à saúde são vendidos. Brincadeiras tradicionais e o contato com a natureza são deixados de lado em prol de celulares e computadores. “A publicidade é um indicador social. Ela colhe na sociedade e reproduz. E às vezes reproduz o que não deveria”, diz Inês.

Do debate, Gorette Aragão, mãe de dois filhos, de 15 e 17 anos, sai com a convicção: “a publicidade tem que ser direcionada ao adulto, que tem condições psicológicas de decidir o que quer ou não”.

