# TRANSFORMAÇÕES NAS CAMPANHAS DE DIREITOS HUMANOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA PARAÍBA: INOVAÇÕES E DESAFIOS

## *TRANSFORMACIONES EN LAS CAMPAÑAS DE DERECHOS HUMANOS PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN PARAÍBA: INNOVACIONES Y DESAFÍOS*

Reinaldo dos Santos Mendes da Silva[1]


## RESUMO

O presente trabalho explora a evolução das campanhas de direitos humanos voltadas para crianças e adolescentes na Paraíba, destacando como essas iniciativas têm se transformado ao longo dos anos. Analisamos o papel das campanhas nas comemorações de datas significativas, como o aniversário do Estatuto da Criança e do Adolescente, e como elas têm servido tanto para celebrar conquistas quanto para reivindicar avanços em políticas públicas. Além disso, discutimos a inovação digital como uma ferramenta emergente que potencializa a disseminação de informações e o engajamento do público jovem. A metodologia utilizada inclui análise documental e revisão bibliográfica, com uma abordagem qualitativa. Os resultados evidenciam a importância dessas campanhas e buscam contribuir para o debate sobre a eficácia dessas campanhas e a necessidade de estratégias mais inclusivas e tecnológicas para alcançar e mobilizar a juventude em defesa dos seus direitos.


**Palavras-chave:** Campanhas de Direitos Humanos; Crianças e Adolescentes; Inovação Digital.


## *RESUMEN*

El presente trabajo explora la evolución de las campañas de derechos humanos dirigidas a niños y adolescentes en Paraíba, destacando cómo estas iniciativas han cambiado a lo largo de los años. Analizamos el papel de las campañas en las conmemoraciones de fechas significativas, como el aniversario del Estatuto del Niño y del Adolescente, y cómo han servido tanto para celebrar logros como para exigir avances en políticas públicas. Además, discutimos la innovación digital como una herramienta emergente que potencia la difusión de información y el compromiso del público joven. La metodología utilizada incluye análisis documental y revisión bibliográfica, con un enfoque cualitativo. Los resultados evidencian la importancia de


[1] Pedagogo, Assistente Social e Mestre em Serviço Social pelo PPGSS/UFPB. Assessor do eixo de protagonismo infantojuvenil da Rede Margaridas Pró-Crianças e Adolescentes - PB (REMAR) e membro da Comissão Ampliada do Aniversário do ECA na Paraíba (2015 -2024). E-mails: reinaldosantosmendes@gmail.com | remarjp@gmail.com.

campañas y buscan contribuir al debate sobre la eficacia de estas campañas y la necesidad de estrategias más inclusivas y tecnológicas para alcanzar y movilizar a la juventud en defensa de sus derechos.

**Palabras clave:** Campañas de Derechos Humanos; Niños, Niñas y Adolescentes; Innovación Digital.

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo visa oferecer uma análise das campanhas de sensibilização sobre os direitos de crianças e adolescentes na Paraíba ao longo da última década, com foco nas campanhas relacionadas ao aniversário do Estatuto da Criança e do Adolescente. Metodologicamente, trata-se de uma análise documental e revisão bibliográfica, com uma abordagem qualitativa.

A Rede Margaridas Pró Crianças e Adolescentes é uma rede com mais de 20 anos de atuação na Paraíba-PB que tem como missão articular, mobilizar e integrar em rede as instituições governamentais, não governamentais e a sociedade para a efetivação da Política de Proteção Integral da Criança, do Adolescente e de suas Famílias, em vulnerabilidade social no Estado da Paraíba, na construção de uma sociedade justa e solidária.

A rede mencionada tem, há mais de uma década, como proposta de ação, a articulação e mobilização em torno do aniversário do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), uma lei fundamental para a proteção dos direitos das crianças e adolescentes no Brasil. Em 2015, foi criada a Comissão Ampliada do Aniversário do ECA, composta por várias organizações da sociedade civil organizada e do governo. O objetivo dessa comissão é desenvolver propostas de mobilização e sensibilização sobre a proteção da infância e juventude, considerando que, mesmo após tantos anos de vigência da lei, muitos direitos de crianças e adolescentes continuam a ser violados.

Além disso, o grupo se motiva pela necessidade de combater o discurso do senso comum que erroneamente caracteriza o ECA como uma lei "para proteger bandidos." Essa desinformação prejudica a compreensão pública sobre a verdadeira função do estatuto, que é assegurar a dignidade e os direitos fundamentais de crianças e adolescentes.

É importante destacar que os representantes do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes da Paraíba já realizavam ações de mobilização de rua, visando homenagear, sensibilizar e reivindicar a efetivação do Estatuto da Criança e do Adolescente. No entanto, foi na mobilização pelos 25 anos dessa legislação que essas ações começaram a adotar novos formatos, ampliando o alcance e a eficácia das campanhas.

A REMAR estabeleceu uma parceria com a agência de publicidade Mayday, a qual, previamente, colaborava com organizações em campanhas sobre direitos humanos. A convite da REMAR e das demais organizações, a Mayday assumiu a responsabilidade pela elaboração da campanha anual de sensibilização sobre o ECA. O desdobra dessa parceria iremos dialogar no próximo tópico.

## 2 CAMINHOS DE MOBILIZAÇÃO: A EVOLUÇÃO DAS CAMPANHAS EM DEFESA DOS DIREITOS DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Inicialmente, as campanhas eram predominantemente de eventos e mobilização de rua, utilizando faixas e banners como principais peças de comunicação. Com a campanha de 2015, sob o lema "Onde você estava?", houve uma mudança significativa. A comissão ampliada do Aniversário do ECA, composta por representantes do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes (SGD) da Paraíba revisou a mensagem e o público-alvo, identificando a necessidade de alcançar uma audiência mais ampla. As estratégias foram ajustadas para incluir a instalação de outdoors em locais estratégicos da capital, visando áreas de alta circulação de veículos e públicos mais conservadores, para ampliar o impacto da campanha.

Durante a comemoração dos 25 anos do ECA, sob o lema "Onde você estava?", a campanha apresentou três peças principais que abordavam os direitos à educação, à saúde e à moradia. Essa campanha teve uma abordagem mais incisiva, sobretudo considerando os preconceitos existentes na sociedade sobre o ECA. Naquela época, era comum em vários telejornais o uso da frase "O ECA só defende bandido". Essa campanha contrariava essa narrativa, atribuindo à sociedade a

responsabilidade pelo cuidado com a infância e a juventude, conforme o artigo 227 da Constituição Federal de 1988. Onde destaca que:

> Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. (Brasil, 1988).

A campanha, formulada com o apoio de uma agência de publicidade para comemorar os 25 anos do ECA, foi orientada pelo artigo 4º do Estatuto, que é apresentado no artigo deste trabalho. A seguir, está a imagem de uma das peças da campanha.

Figura 1 – Campanha dos 25 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente.

**Fonte:** Arquivos da Remar (2015)

Em 2016, nos 26 anos do ECA, a campanha teve como principal peça outdoors espalhados pela cidade. O material visual focou nas problemáticas do trabalho infantil, marginalização e violência, mantendo o mesmo objetivo da

campanha anterior: comunicar-se com a população de modo geral e apelar para a sensibilização. Como pode ser observadas nas peças na imagem abaixo:

Figura 2 – Campanha dos 26 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente.

**Fonte:** Arquivos da REMAR (2016)

Em 2017, nos 27 anos do ECA, a campanha, com o lema "Nenhum Direito a Menos", alinhou-se com o momento político da época, mas com tons mais festivos. A comissão ampliada do aniversário do ECA aprovou a peça da figura 3, mesmo com a agência destacando que não teria o impacto esperado. Outra peça de campanha foi apresentada com um tom mais agressivo, mas não obteve aprovação na votação. Quanto à estratégia de divulgação, manteve-se o uso de outdoors e cartazes espalhados em espaços públicos e instituições de atendimento. Nesse ano, refletiu-se sobre centralizar apenas uma peça visual de campanha e massificar a divulgação em uma frente única.

Figura 3 – Campanha dos 27 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente.

**Fonte:** Arquivos da REMAR (2017)

Em 2018, nos 28 anos do ECA, a campanha com o lema "É porque só cuidar dos seus?" retomou um tom mais incisivo, alinhado com as duas primeiras campanhas, e chamou a atenção da população. Nesse ano, tivemos o primeiro processo de gravação de vídeos2 como peça principal, que mostravam situações de violações de direitos de crianças e adolescentes e a reação das pessoas, no estilo câmera escondida. Além dessa peça, foram utilizados cartazes e outdoors, com três situações específicas de violação de direitos.

Apesar do potencial da campanha, os vídeos não tiveram um desempenho favorável nas plataformas do Instagram e Facebook. A ausência de recursos para veiculação nos canais de comunicação e o pouco recurso para impulsionar nas plataformas das redes sociais fizeram com que essa campanha circulasse mais nos espaços onde o público já era mais sensível à causa.

Figura 4 – Campanha dos 28 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente.

**Fonte:** Arquivos da REMAR (2018)

Em 2019, nos 29 anos do ECA, a campanha teve como lema "Criança e Adolescente: Quem Protege, Resiste", e contou com apenas uma imagem central, visando refletir sobre o movimento de resistência para a garantia dos direitos de crianças e adolescentes. As peças de campanha foram outdoors e cartazes, e pela

[2] Vídeos da Campanha dos 28 anos do ECA -1) https://www.instagram.com/p/BmJEmD-n5TH/ 2) https://www.instagram.com/p/Blk2TbBBrKi/ 3) https://www.instagram.com/p/BlLiLHQl-oY/

primeira vez foi elaborado um jingle[3] da campanha, que foi veiculado nas rádios locais.

Diante do contexto político da época, a Comissão Ampliada do Aniversário do ECA decidiu ressaltar que as cores da bandeira brasileira deveriam ser retomadas pelos movimentos sociais de resistência, que há anos lutam pela garantia e ampliação dos direitos humanos. A intenção era demonstrar força e, ao mesmo tempo, desestigmatizar a associação com movimentos conservadores, que muitas vezes se opõem às pautas políticas relacionadas à infância e juventude. Esses movimentos conservadores têm promovido propostas como a redução da maioridade penal e a diminuição da idade mínima para o trabalho adolescente, que vão na contramão dos avanços na proteção dos direitos das crianças e adolescentes.

Para ilustrar a abordagem adotada pela Comissão Ampliada do Aniversário do ECA e sua estratégia de resgatar as cores da bandeira brasileira como símbolo de resistência e compromisso com os direitos humanos, apresentamos a seguir uma das peças principais da campanha.

Figura 5 – Campanha dos 29 anos do Estatuto da Criança e do Adolescentes

**Fonte:** Arquivos da Remar (2019)

Em 2020-2021, nos 30 e 31 anos do ECA, com o lema "ECA: Quem Protege, Resiste!", a pandemia da Covid-19 impossibilitou ações presenciais. A única estratégia foi utilizar canais de comunicação como TV, rádio, especialmente comunitários, e redes sociais como Facebook e Instagram.

[3] Jingle da Campanha dos 29 anos do ECA - https://www.instagram.com/p/Bz3KHM6H-cM/

O grupo de discussão, agora mais fortalecido e experiente, decidiu ousar e elaborou uma campanha para os canais de comunicação.

A campanha "Criança e Adolescentes: Quem Protege, Resiste!" teve como peça central um vídeo[4] animado mostrando a situação de duas crianças durante a pandemia: uma com direitos garantidos e outra não. A campanha foi veiculada na TV local e teve ampla visibilidade. Contudo, na avaliação, destacou-se o alto custo investido, indicando a necessidade de análise para os anos seguintes.

A seguir, apresentamos a peça da campanha que ilustra essa abordagem. Para uma experiência completa e para entender a profundidade da campanha, convidamos o leitor a assistir ao vídeo, que é o principal produto desta iniciativa.

Figura 6 e 7 – Campanha dos 30 e 31 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente

**Fonte:** Arquivos da REMAR ( 2020-2021)

Em 2022, a campanha focou no lema "Crianças e Adolescentes: Prioridade Absoluta" com a estratégia do uso de gravação de vídeos em parceria com a Mayday e organizações parceiras. O material dessa campanha[5] foi veiculado nos canais de comunicação, e o jingle da campanha foi transmitido em algumas rádios comunitárias, além de ser fortalecido nas redes sociais das organizações do

[4] Video Campanha dos 31 anos do ECA - https://www.instagram.com/p/CU7PdEml8l-/
[5] Video Campanha dos 32 anos do ECA - https://www.instagram.com/p/Cf9O9BdlrO4/

Sistema de Garantia de Direitos. Foi avaliado o empenho de recursos para um curto período de veiculação na TV.

Essa campanha também marcou a retomada das ações presenciais, incluindo o próprio evento de lançamento, que historicamente é conduzido por adolescentes. Estes jovens são responsáveis tanto pelo planejamento quanto pela execução do evento, garantindo o direito à participação previsto no ECA.

A seguir, apresentamos as imagens produzidas em cartazes. No entanto, convidamos o leitor a assistir aos vídeos da campanha, cujo link está disponível na nota de rodapé, para uma melhor compreensão da proposta.

Figura 8 e 9 – Campanha dos 32 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente

**Fonte:** Arquivos da REMAR (2022)

No ano de 2023, reforçando o mesmo lema "Criança e Adolescente: Prioridade Absoluta!", o coletivo decidiu ousar e ocupar a internet, sobretudo a plataforma do Instagram, para viralizar uma campanha de direitos humanos.

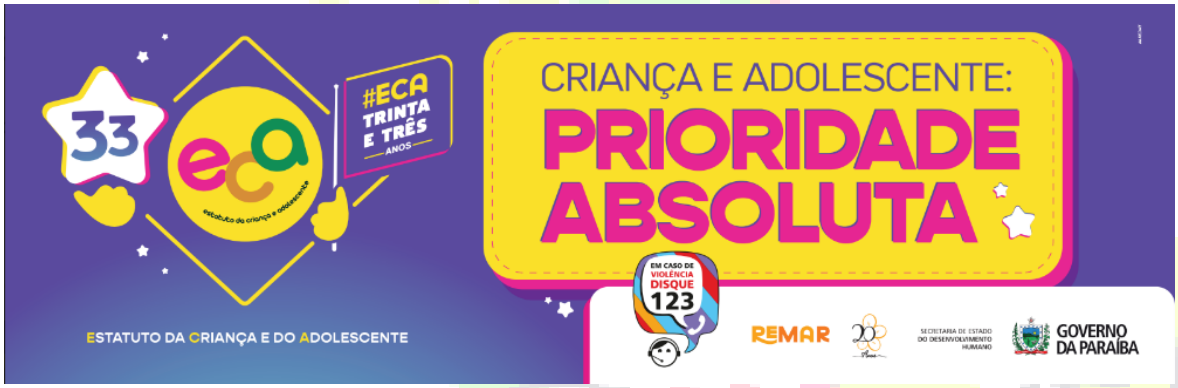
A proposta da agência Mayday, acatada pelo coletivo, foi a parceria com um influenciador que alcançava diversos públicos. O teor da campanha[6] começava com pequenas situações onde adultos tinham seus direitos negados, destacando suas reações de forma bem-humorada. Ao final do vídeo, a sensibilização era feita

[6] Vídeo Campanha 33 anos do ECA - https://www.instagram.com/reel/CupvFROp60d/

para mostrar como que essa situação de negação de direitos se repete diariamente na vida de crianças e adolescentes.

A seguir, apresentamos as imagens produzidas em faixa da campanha. No entanto, convidamos o leitor a assistir aos vídeos da campanha, cujo link está disponível na nota de rodapé, para uma melhor compreensão da proposta.

Figura 10 – Campanha dos 33 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente.




**Fonte:** Arquivos da REMAR (2023)

Essa campanha teve uma ótima aceitação da Comissão Ampliada do Aniversário do ECA, das demais organizações do Sistema de Garantia de Direitos de Crianças e Adolescentes e do público geral, alcançando 535 mil pessoas. Importante destacar que foi feito um empenho de recursos para impulsionar a campanha, mas sua circulação orgânica teve grande êxito.

Em 2024, apesar do sucesso da estratégia de 2023 e da inclinação da Comissão Ampliada do Aniversário do ECA de repetir a estratégia, o fato de as organizações não terem recursos para investir em uma campanha desse porte levou o coletivo, alinhado com o direcionamento da agência, a optar por relançar a campanha de 2022.

A decisão considerou a mensagem significativa da campanha anterior e a oportunidade de aproveitar um material de campanha relevante, além de realizar o impulsionamento do vídeo da campanha através da plataforma do Instagram.

A seguir, apresentamos a imagem da faixa produzida para a campanha. No entanto, para uma compreensão mais completa da proposta, convidamos o leitor a assistir aos vídeos da campanha, cujo link está disponível na nota de rodapé.

Figura 11 – Campanha dos 34 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente

**Fonte:** Arquivos da REMAR (2024)

Lançada em 13 de julho de 2024, a campanha acumulou quase 20 mil visualizações. Embora esse número seja inferior ao da campanha anterior, a Comissão Organizadora antecipava que o desempenho no Instagram seria significativamente diferente devido à ausência de um influenciador associado.

## 3 CONCLUSÃO

Após esse breve histórico sobre a ocupação do cenário digital pelas campanhas de direitos humanos de crianças e adolescentes, é necessário destacar algumas considerações e desafios enfrentados.

A análise das campanhas de sensibilização dos direitos de crianças e adolescentes na Paraíba ao longo dos últimos anos ilustra a crescente importância das estratégias digitais na comunicação moderna. A transição de métodos tradicionais, como outdoors, cartazes, faixa e bannes para o uso de mídias sociais e influenciadores, reflete uma adaptação necessária ao ambiente digital. Contudo, a escassez de recursos e a ausência de profissionais especializados em comunicação representam desafios significativos.

A limitação de recursos afeta a capacidade de veicular as campanhas de forma ampla e eficaz, enquanto a falta de experiência em mídias sociais entre os profissionais das organizações compromete a efetividade das estratégias digitais.

Para superar esses desafios e maximizar o impacto das campanhas futuras, é essencial investir em estratégias digitais bem planejadas e fornecer a formação adequada para os envolvidos. Essa abordagem permitirá que as campanhas alcancem um público mais amplo e sensibilizem efetivamente a sociedade sobre os direitos de crianças e adolescentes, garantindo um engajamento mais significativo e um impacto duradouro.

## REFERÊNCIAS


BRASIL**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, 1988.

REMAR. **Aniversário do ECA**. Disponível em: https://drive.google.com/drive/folders/1OAp-IjfksnCRp2oVPSbK9YlN4nRGGfz9. Acesso em 19 de julho de 2024.