

12 Diretrizes para elaboração de campanhas contra o trabalho infantil

Todos os anos, o mundo se mobiliza contra o trabalho infantil no Dia 12 de Junho. No Brasil, a data é reconhecida nacionalmente como um marco na defesa e promoção dos direitos da criança e do adolescente. Entre organizações da sociedade civil e instituições governamentais e da justiça, milhares de cidadãos e cidadãs envolvem-se diretamente com a produção de campanhas contra o trabalho infantil.

A fim de contribuir com as ações do 12 de Junho, e qualquer outra campanha no decorrer do ano sobre a temática, o Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil e Proteção ao Adolescente Trabalhador - FNPETI - lança 12 diretrizes que visam auxiliar instituições, municípios e estados a melhor elaborarem suas campanhas de sensibilização. O objetivo é que esse material possa inspirar e realizar mobilizações mais eficazes, protegendo crianças e adolescentes, evitando estigmatizações e esclarecendo a população sobre os riscos e malefícios do trabalho infantil.

A seguir, elencamos algumas diretrizes que podem facilitar o planejamento, a execução e a avaliação de uma campanha:

1 - Observar o contexto sócio-político e territorial

Conhecer os contextos político, social e territorial são fundamentais para saber como abordar o tema junto aos públicos da campanha e das iniciativas que serão realizadas durante o ano, especialmente no 12 de Junho.

Contar com um diagnóstico da situação do seu território e de como o trabalho infantil acontece na sua cidade é o primeiro passo para elaborar uma campanha eficaz e que atue diretamente na realidade concreta vivida pela população que você quer atingir. Algumas perguntas que podem auxiliar nesse diagnóstico de públicos prioritários e quais mensagens podem ser veiculadas:

- 1- Quem são as vítimas?;
- 2- Qual o perfil das famílias?;
- 3- Como a comunidade local vê esse fenômeno?;
- 4- Qual a história do trabalho infantil naquele território?;
- 5- Como as crianças e adolescentes percebem o trabalho infantil na cidade?;
- 6- Quais são as instituições parceiras que irão executar a campanha?;
- 7- Quais são os tipos de trabalho infantil na cidade?, etc.

2 - Comunicar corretamente ao(s) público(s) o conceito de trabalho infantil

É importante que a comunicação sobre trabalho infantil seja apresentada da maneira mais nítida e precisa possível, em termos conceituais.

Para fins didáticos, **“trabalho infantil” refere-se às atividades econômicas e/ ou atividades de sobrevivência, com ou sem finalidade de lucro, remuneradas ou não, realizadas por crianças ou adolescentes em**

idade inferior a 16 (dezesseis) anos, ressalvada a condição de aprendiz a partir dos 14 (quatorze) anos, independentemente da sua condição ocupacional. Destaca-se que toda atividade realizada por adolescente trabalhador, que, por sua natureza ou pelas circunstâncias em que é executada, possa prejudicar o seu desenvolvimento físico, psicológico, social e moral, se enquadra na definição de trabalho infantil e é proibida para pessoas com idade abaixo de 18 (dezoito) anos”.¹ Ainda dentro do conceito de trabalho infantil se enquadra aquele realizado por adolescente de 16 e 17 anos quando o trabalho for noturno, perigoso ou insalubre.

3 - Entender a importância de campanhas de sensibilização contra o trabalho infantil

As campanhas de sensibilização contra o trabalho infantil são extremamente importantes porque informam e sensibilizam a população sobre essa grave violação de direitos humanos de crianças e adolescentes.

Por se tratar de uma comunicação dirigida, as campanhas mobilizam processos reflexivos e objetivam prevenir o trabalho infantil, orientando as/ os responsáveis, as famílias e a sociedade sobre os impactos nocivos sobre essa violência e violação que atinge crianças e adolescentes em todo o país.

As campanhas também podem informar sobre os canais de denúncia e sobre as alternativas disponíveis no território para o enfrentamento ao trabalho infantil.

Pelo fato de o trabalho infantil ser naturalizado em nosso tempo social, é importante recordar sempre de seus efeitos prejudiciais à saúde, à aprendizagem, ao desenvolvimento biopsicossocial e ao bem-estar geral de crianças e adolescentes. Nesse sentido, as campanhas também podem contemplar informações sobre o acesso aos programas de proteção, à educação, à saúde e à proteção ao adolescente trabalhador, entre outras, existentes na localidade.

4 - Adequar a linguagem ao(s) público(s)-alvo

Qualquer campanha voltada à temática do trabalho infantil, deve ser realizada com uma linguagem acessível e que promova a proteção de crianças e adolescentes no território.

A linguagem a ser utilizada deve ser de fácil compreensão do público-alvo: mensagens curtas e objetivas costumam facilitar o entendimento do sentido ao destinatário final da mensagem.

Vale observar os seguintes aspectos ao promover uma campanha sobre trabalho infantil: linguagem inclusiva na arte e no conteúdo; adaptação às novas mídias sociais e a adequação à realidade local.

¹ Extraído do III Plano Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil e Proteção ao Adolescente Trabalhador. Disponível em: < https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/novembro/lancado-3o-plano-nacional-de-prevencao-e-erradicacao-do-trabalho-infantil/copy_of_PlanoNacionalversosite.pdf > Acesso em 08.maio.2023.

Ou seja, uma boa campanha pode (e deve) acolher diferentes identidades (de gênero, étnicas, pessoas com deficiência, migrantes, etc), respeitando as especificidades de cada grupo contemplado. Um exemplo: se no seu município há muitas famílias migrantes que desconhecem o que é trabalho infantil no Brasil e não sabem ainda o idioma (português), é válido que os materiais estejam traduzidos na língua de origem desse grupo a fim de que a informação seja acessada e compreendida.

5 - Considerar as dimensões éticas: uso de imagens, estigmatização, cuidados gerais com a mensagem a ser transmitida

As imagens e os áudios dos materiais que serão divulgados durante a campanha são as interfaces de contato com o(s) público(s)-alvo. Nesse sentido, qualquer campanha sobre trabalho infantil deve atentar-se sobre possíveis estigmatizações de crianças e adolescentes no uso de suas imagens e vozes.

Nossa sugestão é que sejam utilizadas ilustrações, ao invés de fotografias com crianças e adolescentes, a fim de evitar possíveis estigmatizações e banalização da violência. O catavento, por exemplo, símbolo da luta contra o trabalho infantil, é sempre uma boa opção para fazer referência ao 12 de junho, seja nos materiais educativos ou em folders e folhetos institucionais.

Além disso, para ajudar nessa missão, elencamos algumas recomendações que podem contribuir para a garantia dos direitos das crianças e dos(as) adolescentes:

- Não utilizar imagens de crianças e adolescentes em campanhas, especialmente nas seguintes situações: crianças e adolescentes submetidos ao trabalho infantil; crianças e adolescentes submetidos à exploração sexual; crianças e adolescentes vítimas de violência; adolescentes autores (as) de ato infracional; parentes próximos de meninos ou meninas que sofreram algum tipo de violência ou que foram autores (as) de ato infracional; e, local de moradia ou convivência de crianças e adolescentes;
- Não utilizar a tarja preta nos olhos como recurso de não identificação da criança ou do(a) adolescente. Ela pode remeter a um tratamento pejorativo, dando à imagem sentido negativo;
- Dê preferência a ilustrações, imagens na contraluz ou feitas de longe com as pessoas fotografadas de costas, sem a possibilidade de identificação da criança ou da (o) adolescente ou imagens de objetos que possam simbolizar a infância e a adolescência. Novamente, o catavento é um bom exemplo para aplicar em peças de campanha com a temática do trabalho infantil.

Atenção: A contratação de atrizes e atores mirins configura trabalho infantil. Ainda que seja possível a autorização do trabalho artístico da criança ou da(o) adolescente pelo(a) Juiz(a) da Vara da Infância e Juventude, é preciso que sejam tomadas todas as providências legais de proteção, visando a

preservação da integridade da imagem e das condições de saúde física, psíquica e emocional das pessoas com menos de 18 anos.

Referente à escuta e ao uso da voz de crianças e adolescentes em spots radiofônicos ou em campanhas digitais, é fundamental reconhecer sua condição de sujeitos de direitos, que podem e devem ser ouvidos. Entretanto, essa escuta e o uso da voz deve ser cuidadosa, sem gerar revitimização² e mais sofrimento. Ou seja, se a sua campanha for utilizar áudio infanto-juvenil, atenção para não expor situações que possam gerar estigmatização e/ ou violência institucional.

6 - Incidir na desnaturalização do trabalho infantil

É importante estar atento(a) para não promover qualquer tipo de romantização dos casos de trabalho infantil ou de defesa do empreendedorismo de crianças e adolescentes como na fabricação e venda de produtos alimentícios (bolos, doces, picolés, entre outros), ou de qualquer outra natureza.

A defesa e a promoção dos direitos da infância e da adolescência exige que cada cidadã(o) tenha conhecimento para realizar um contraponto baseado em evidências de quão graves são os prejuízos da exposição de crianças e adolescentes ao trabalho antes da idade apropriada ou das condições permitidas. Nessa perspectiva, as campanhas precisam trazer mensagens claras sobre o que acontece com crianças e adolescentes expostas ao trabalho infantil.

Além disso, é imprescindível o cuidado para com a vítima de trabalho infantil. Por isso, evite a armadilha de considerar a criança ou adolescente culpada pelo que sofreu. Tenha cuidado para não responsabilizar as famílias ou mesmo criminalizá-las se há caso de trabalho infantil no âmbito doméstico. Você já sabe que as causas do trabalho infantil são multifatoriais e se relacionam diretamente com as condições socioeconômicas e com a não efetivação de políticas públicas de proteção, de geração de renda, de saúde, de moradia, de educação às famílias mais vulneráveis e pobres.

7 - Abordagens positivas para as campanhas

Foque no resgate do lúdico e do sonho, das brincadeiras e das fantasias, tão necessários para uma infância integral, para a construção de laços afetivos e para uma vida saudável.

Apontar caminhos e mostrar exemplos de projetos bem-sucedidos na prevenção e erradicação do trabalho infantil cujas experiências possam ser reproduzidas é também uma boa ação de sensibilização. Aqui vale chamar

² Para compreender melhor o conceito de revitimização, consulte o Decreto No. 9.603, de 10 de dezembro de 2018, que regulamenta a Lei No. 13.431, de 4 de abril de 2017, que estabelece o sistema de garantia de direitos da criança e do adolescente vítima ou testemunha de violência. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/decreto/d9603.htm > Acesso em 08.maio.2023.

atenção tanto para instituições do terceiro setor, quanto para ações e projetos realizados por empregadores(as) e trabalhadores(as) voltados ao enfrentamento do trabalho infantil.

Procure demonstrar às famílias que há alternativas ao trabalho infantil como programas de transferência de renda, serviços de convivência, creches, escolas, serviços de esporte e lazer, entre outras iniciativas.

8 - Articulação com a rede de proteção social antes do lançamento da campanha

O lançamento de campanhas exige a articulação da rede de proteção social para o recebimento das denúncias. Sem o sistema de garantia de direitos e uma rede articulada para o recebimento de denúncias, a imagem institucional do poder público pode vir a ser desacreditada. Desse modo, ter o apoio dos Conselhos Tutelares e da rede de Assistência Social antes, durante e após a campanha é fundamental para que as crianças e adolescentes envolvidas/ os em trabalho infantil sejam acolhidas/ os e para que as denúncias possam ser averiguadas e encaminhadas.

Sensibilizar a população sem oferecer a retaguarda dos serviços públicos tornará toda a ação ineficaz.

9 - Monitorar e avaliar as campanhas

“A campanha deu certo?” é uma pergunta que costuma aparecer depois da realização das iniciativas do 12 de Junho. Portanto, sempre que possível, crie indicadores de monitoramento das campanhas como número de denúncias no período ou aumento do quantitativo de atendimento pelas redes de proteção. A avaliação também pode ser realizada por meio de entrevistas posteriores com os atores envolvidos e/ ou por *surveys*. Em posse das respostas e da respectiva análise, a instituição terá mais conhecimento de como seus públicos-alvo reagem à campanha e evitará também que nos anos seguintes os mesmos erros sejam cometidos.

10 - Atente-se para situações específicas

O trabalho infantil apresenta especificidades importantes, especialmente nas chamadas “piores formas”. Nessa perspectiva, algumas observações são necessárias:

- Trabalho infantil na mendicância: Evite produzir campanhas que coloquem a população contra quem pede dinheiro ou doações em locais públicos. Campanhas anti-escolas acabam por criminalizar as vítimas e suas famílias. Obviamente que existem casos de exploração, todavia compete ao Estado que concentre seus esforços na efetivação de

políticas públicas para a situação de miséria pela qual se encontra aquela criança e/ ou adolescente em situação de mendicância. Informe à população sobre os canais de denúncia, especialmente os contatos do conselho tutelar;

- Trabalho infantil no comércio de substâncias ilícitas: Mais que em outras situações, jamais devemos usar imagens de crianças ou adolescentes. Além disso, como já mencionado, evitemos as fotografias com tarja nos olhos desse público. Procure ter conhecimento sobre a “guerra às drogas”, desestimule a narrativa sobre a criminalização de crianças e adolescentes envolvidos com substâncias ilegais e reforce que o comércio de drogas por adolescentes é uma das piores formas de trabalho infantil;
- Exploração sexual: Evite o uso de termos moralizantes, religiosos ou que deem margem ao entendimento de que as vítimas desejam/ querem ou já têm discernimento para realizar atos sexuais. Reforce a ideia de que crianças/adolescentes nunca se prostituem, mas sempre são exploradas sexualmente, pois trata-se de uma das piores formas de trabalho infantil. Lembre-se: a culpa da violência sexual é sempre do agressor, nunca da vítima!;
- Trabalho infantil doméstico: Enfatize a diferença entre afazeres domésticos e trabalho infantil doméstico, sendo que este último é quando a vítima substitui o trabalho de um adulto no âmbito das tarefas da casa (ex: cuidar dos irmãos mais novos, porque os pais têm de sair para trabalhar). Já os afazeres domésticos, como arrumar a própria cama, organizar os brinquedos ou lavar a própria louça fazem parte do processo pedagógico da criança, observada sua idade na realização da(s) atividade(s).

11- Participação de crianças, adolescentes e famílias na elaboração das campanhas.

Sempre que possível construa as ideias junto com crianças, adolescentes e suas famílias, incluindo esses grupos na execução da campanha. Como já apresentado, ouvir a população-alvo é fundamental para a boa comunicação e o sucesso da sensibilização. Caso encontre dificuldade busque apoio nos coletivos de adolescentes e jovens em conselhos, colegiados, movimentos sociais ou serviços públicos.

12 - Sempre informe como denunciar e proceder diante da identificação dos fatos.

Toda peça de campanha deve conter os contatos dos canais de denúncia. Abaixo, destacamos os mais importantes:

- Conselho Tutelar;
- Disque 100;

- Disque Denúncia local;
- Sistema Ipê Trabalho Infantil – Auditoria Fiscal do Trabalho <https://ipetrabalhoinfantil.trabalho.gov.br/> ;
- Ministério Público do Trabalho – <https://www.mpt.br> ;
- Ministério Público Estadual;
- Vara da Infância e da Juventude;
- Fóruns e Centros de Defesa dos Direitos das Crianças e Adolescentes;
- Organizações não-governamentais da rede de proteção infanto-juvenil;
- Delegacia especializada no atendimento de crianças e adolescentes;
- Qualquer delegacia de polícia.

Essa divulgação deve ser difundida, inclusive, entre todas as instituições que fazem parte da rede local de proteção à infância e à adolescência. Vale lembrar que é importante estabelecer fluxos do registro das denúncias de forma a garantir que o sigilo das informações seja preservado.

Boa campanha no próximo 12 de Junho e que possamos erradicar o trabalho infantil em nosso país!³

³ Material elaborado pelo Grupo de Trabalho do FNPETI sobre a Campanha Nacional contra o Trabalho Infantil, durante os meses de março e abril de 2023.