

Clipping da Infância e Juventude do TJPE – 23/02/2015

- [Carnaval na Bahia registra 182 ocorrências contra crianças e adolescentes](#)
- [Crianças abandonadas são assunto de ação de marketing social](#)

Assunto: Carnaval na Bahia registra 182 ocorrências contra crianças e adolescentes

Fonte: Promenino

Data: 23/02/2015

Promenino



Sob a coordenação da Secretaria de Justiça, Direitos Humanos e Desenvolvimento Social (SJDHDS), o Observatório de Violações de Direitos de Crianças e Adolescentes registrou 182 ocorrências entre quinta-feira (12) e sábado (14), no Carnaval da Bahia. Entre elas, prevaleceram situações relacionadas a trabalho infantil (83 casos), seguidas de atos infracionais, doenças e agravos naturais, uso de álcool e outras drogas, acidentes, violência física, violência sexual, abandono ou negligência e homicídios. Outras 761 situações, coletadas desde o início dos festejos, ainda estão sob análise.

O objetivo do mapeamento é identificar as principais fragilidades na proteção dos direitos humanos para implementação de políticas públicas em favor deste segmento. Para o secretário Geraldo Reis, “a informação é o primeiro passo para identificarmos os pontos mais frágeis na proteção de crianças e adolescentes durante a festa, o que nos ajuda a compreender as dinâmicas que envolvem as famílias, a comunidade, as diversas entidades ligadas ao tema, as polícias”.

Ao longo do Carnaval, foram divulgados relatórios com a análise quantitativa das informações coletadas. Segundo a coordenadora do Observatório, Sandra Barros, a ação foi importante para as tomadas de decisão repentinas. “Faremos ainda um balanço com a análise qualitativa das situações registradas, com o propósito de contribuir para a reflexão sobre a atuação do Sistema de Garantias de Direitos Humanos e as fragilidades na proteção das crianças e adolescentes durante o Carnaval”, conclui.

Assunto: Crianças abandonadas são assunto de ação de marketing social

Fonte: Promenino

Data: 23/02/2015

Promenino



Crédito: Tamaki Sono/Flickr

No encalço do sucesso de público da exposição do australiano Ron Mueck, na Pinacoteca do Estado de São Paulo, que alcançou um número de aproximadamente 400 mil visitantes - batendo o recorde da instituição -, a equipe de criação da agência Lew'Lara\TBWA preparou uma ação de marketing para mostrar à população em trânsito na cidade e aos visitantes da mostra uma realidade bem menos visível que as imensas esculturas hiper-realistas do artista: a das crianças vítimas de abandono e maus-tratos, que vivem nas ruas de São Paulo.

Concebida com a função de divulgar o trabalho da Associação Beneficente Santa Fé, que desde 1993 acolhe meninos e meninas em situação de vulnerabilidade social, envolvendo também suas famílias no atendimento, a ação consiste em reproduzir a escultura “Boy”, criada por Mueck em 1999, na área externa da exposição, neste sábado (21). Para isso, um ator estará posicionado sobre um cartaz com os dizeres: *Quando você vai querer ver gente de verdade?*

Segundo Fernando Barcellos, diretor de design da agência e um dos responsáveis pela campanha, esta é uma forma de aproveitar a superexposição que Mueck atraiu para a cidade, e as filas que tem gerado, para provocar o público a notar “uma criança até então invisível”. “É uma forma até um pouco dura, que pode gerar um mal-estar em um primeiro momento, mas queremos gerar uma reação nas pessoas para em seguida mostrar que existem alternativas de mudar essa realidade”, esclarece.



Obra "Boy", de Ron Mueck, e simulação da campanha da Lew' Tara\TRWA | *Divulgação*

Na visão de Márcia Ventura Dias, presidente da Associação Beneficente Santa Fé, “enquanto as obras de Ron Mueck destacam a observação meticulosa do artista em relação às figuras humanas, a observação que a população destina às crianças abandonadas nas ruas, quando ocorre, não tem a mesma delicadeza e cuidado”. Atualmente, de acordo com a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH-PR) e o Instituto de Desenvolvimento Sustentável (Idest), existem aproximadamente 24 mil crianças e adolescentes vivendo nas ruas de 75 cidades brasileiras com mais de 300 mil habitantes.

A intenção, portanto, não é suprimir a atenção das pessoas para as impressionantes representações humanas criadas pelo artista australiano, mas aproveitar a sensibilização produzida pelo contato com a arte para que elas notem de outra forma o que está ao seu redor. E o gatilho é uma ação de guerrilha, a qual, segundo Barcellos, é capaz de criar uma experiência única para o sujeito, tendo mais chances de ficar registrada em sua memória e, portanto, gerar uma resposta. “Temos a tendência de lembrar mais das coisas quando elas nos são transmitidas pela experiência”, argumenta.