

## Campanha internacional pretende tirar meninos da guerra na Colômbia

---

"Não mudes a tua vida por nada, pensa bem antes de entrar no conflito armado. Fica. Nós estamos contigo". Esta é a mensagem de uma campanha lançada recentemente pelo governo colombiano, apoiada por cinco organismos internacionais, cujo objectivo passa por tirar as crianças e jovens da guerra que o país atravessa, uma iniciativa que inclui anúncios na televisão, na rádio e painéis nas ruas.

Beatriz Londo, directora do Instituto Colombiano do Bem-Estar Familiar (ICBF), afirma que a campanha pretende apresentar aos menores "opções de vida diferentes" para evitar que eles caiam na ilusão vendida pelos grupos armados ilegais, contando, para isso, com projectos de desenvolvimento na área educativa, laboral e recreativa. "Muitas destas crianças e jovens ingressam nos grupos paramilitares como forma de escapar ao desemprego ou à falta de opções de vida", explica aquela responsável.

O representante no país do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Manuel Manrique, apoia a iniciativa e refere que "a prevenção não passa apenas por tentar convencer as crianças a não entrar no conflito armado, mas também apresentar outros horizontes de vida".

As mensagens começarão a ser divulgadas nas próximas semanas em várias regiões do país onde as crianças e adolescentes correm maior risco de serem recrutados pelas guerrilhas de esquerda e pelos paramilitares de extrema-direita.

A campanha pretende atingir 18 milhões de crianças e jovens menores de 18 anos, que representam 41,5% da população do país, segundo dados oficiais. A Colômbia conta com um número estimado entre seis e onze mil menores nas fileiras dos grupos guerrilheiros e paramilitares segundo o UNICEF e a Human Rights Watch.

Nos últimos dois anos 4.077 menores morreram de forma violenta no país, de acordo com um relatório do exército, que cita dados do Instituto de Medicina Legal e da organização não governamental "Coligação contra o vínculo de crianças e jovens na guerra".