

## NOTA PÚBLICA

### **SOBRE A VIOLAÇÃO DE DIREITOS HUMANOS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES EM ATIVIDADE COMERCIAL PUBLICITÁRIA**

**Considerando** o disposto no art. 5º da Constituição Federal, acerca da inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas, e do direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

**Considerando** que o art. 227 da Constituição Federal de 1988 assegura às crianças e aos adolescentes, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à dignidade, bem como o dever de colocá-los a salvo de qualquer forma de violência, crueldade e opressão;

**Considerando** que a Lei nº 8.069, de 13 de junho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, marco legal e regulatório dos direitos humanos de crianças e adolescentes no Brasil, reafirma o disposto na Carta Magna ao estabelecer que: “é dever de todos zelar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-o a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório, ou constrangedor”;

**Considerando** que o artigos 3º do ECA, dispõe que a criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa, sem prejuízo da proteção integral, assegurando-se a eles, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade;

**Considerando**, que segundo o art. 17 do ECA, o direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais;

**Considerando**, ainda, os princípios IX e X da Declaração dos Direitos da Criança, proclamada pela Resolução da Assembléia Geral 1386 (XIV), de 20 de Novembro de 1959, que dispõem, respectivamente, sobre o direito a ser protegido contra o abandono e a exploração no trabalho e sobre o direito a crescer dentro de um espírito de solidariedade, compreensão, amizade e justiça entre os povos.

O **Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA**, órgão deliberativo e formulador da política de promoção e defesa dos direitos da população infanto-juvenil brasileira, criado pela Lei Nº 8.242, de 12 de outubro de 1991, vem, por meio da presente Nota Pública, manifestar sua indignação frente à comercialização de camiseta infantil produzida para o carnaval de 2015 com a estampa ‘Vem ni mim que eu tô

facin’, pelo site ‘Use Huck’, cujo proprietário é o apresentador Luciano Huck, por entender que tal frase contém uma mensagem capaz de incentivar à pedofilia e à exploração sexual de crianças e adolescentes.

Ainda, manifesta repúdio ao uso indevido das imagens das crianças que atuaram como modelos no site ‘Use Huck’, as quais foram atreladas à frase e, igualmente, à reprodução das mesmas por portais e jornais de notícias sem a devida preservação de suas identidades, o que violou frontalmente seus direitos de imagem e de privacidade.

Dados do Disque 100, da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH/PR), demonstram que em 2014 foram registradas 91.344 mil denúncias de violência contra crianças e adolescentes, sendo dessas, 22.735 denúncias de violência sexual.

Portanto, comprometido com os direitos humanos e com o enfrentamento de toda e qualquer forma de exposição indevida e de violência contra crianças e adolescentes, o CONANDA informa que, no cumprimento de suas responsabilidades legais, já oficiou os órgãos competentes para que tomem as providências cabíveis para cessar a presente violação de direitos humanos e responsabilizar aqueles que lhe deram causa.

*Ressalta-se o aspecto civil, da adequação do uso da imagem de crianças e adolescentes pelos meios de comunicação, das relações pessoais e patrimoniais entre os infantes e os pais, do contrato de utilização da sua imagem, e dos abusos perpetrados contra este direito, pelos próprios genitores ou por terceiros, definindo-se a responsabilidade civil por ameaça ou ofensa à imagem da criança e do adolescente, e as medidas processuais cabíveis para a prevenção, a cessação ou a reparação do ilícito civil<sup>1</sup>.*

Considerando a influência que grandes personalidades e artistas brasileiros têm sobre a formação de opinião da população é fundamental que a atividade publicitária seja regida pelo princípio do respeito à dignidade da pessoa e à inviolabilidade do princípio da proteção integral da criança e do adolescente, especialmente no que tange ao uso de imagens de crianças e adolescentes.

Ressalta-se, inclusive, que para a participação de crianças e adolescentes em atividades artísticas remuneradas, faz-se necessária autorização judicial específica para cada indivíduo, conforme determinação da Convenção nº 138 da OIT – Organização Internacional do Trabalho, do inciso XXXIII do art. 7 da Constituição Federal de 1988 e do inciso II do art. 149 do ECA.

Em tempos de comemoração ao Dia Internacional da Mulher, o CONANDA reafirma o repúdio a esse tipo de publicidade, acredita na importância da educação em direitos humanos e convoca a sociedade brasileira a defender os princípios que regem o Estatuto da Criança e do Adolescente.

---

<sup>1</sup> JÚNIOR, David Cury. A Proteção Jurídica da Imagem da Criança e do Adolescente. Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Direito (Direito das Relações Sociais), sob a orientação do Professor Doutor Sérgio Seiji Shimura. São Paulo: 2006.

Ainda, reforça a necessidade de todas as empresas, instituições da sociedade com o dever constitucional de promoverem e protegerem os direitos da criança e do adolescente, serem responsáveis e cautelosas no uso de imagens de crianças e adolescentes, preservando, assim, sua identidade e privacidade, e combatendo a erotização precoce estimulada pela política do consumo e pela cultura “adultocêntrica”.

Por fim, o CONANDA solicita, com base no instituto do artigo 56, XII, do Código de Defesa do Consumidor a realização de contrapropaganda de âmbito nacional por parte da empresa ‘Use Huck’ para alertar e conscientizar a população acerca do crimes contra a dignidade sexual de crianças e adolescentes.

Brasília, 05 de março de 2015.

**CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**  
**CONANDA**