

PROJETO DE LEI N.º 10.022-A, DE 2018
(Do Senado Federal)

PLS nº 439/2017
OFÍCIO 440/2018 - SF

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para tornar obrigatória a aposição de tarja informativa sobre o uso de retoque digital na silhueta das pessoas em fotografias para fins de publicidade; tendo parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela aprovação deste e dos de nºs 9119/17, 9130/17, 9146/17, 9154/17, 9189/17, 9244/17, 9569/18, 9656/18, 10111/18, e 9077/17, apensados, com substitutivo (relatora: DEP. SÂMIA BOMFIM).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:
CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).
APENSE-SE A ESTE A(O)PL-9077/2017.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO DO PARECER DA
COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 10.022, de 2018, apresentado pelo nobre Senador Gladson Cameli, altera o Código de Defesa do Consumidor para tornar obrigatória a aposição de tarja informativa sobre o uso de retoque digital na silhueta das pessoas em fotografias para fins de publicidade.

O texto do projeto pretende melhor informar os consumidores acerca de manipulações em fotografias de pessoas em peças publicitárias, com vistas a evitar a disseminação de padrões estéticos considerados ideais pelo mercado e que, muitas vezes, influenciam comportamentos prejudiciais à saúde da população.

A proposição tramitou na Câmara Alta do Parlamento Brasileiro e veio, para a função legislativa revisora, à Câmara dos Deputados. Ao projeto principal, foram apensadas outras dez proposições, que passamos a listar:

- Projeto de Lei nº 9.077, de 2017, de autoria do Deputado Francisco Floriano, que “Dispõe sobre o uso de fotografias retocadas em publicações, revistas, jornais e matérias de publicidade”;
- Projeto de Lei nº 9.154, de 2017, de autoria do Deputado Hildo Rocha, que “Dispõe sobre

o uso de imagens editadas de modelos humanos para fins publicitários”;

- Projeto de Lei nº 9.146, de 2017, de autoria do Deputado Jones Martins, que “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, obrigando o anunciante de produto ou serviço a exibir, no corpo da peça publicitária, mensagem informativa de advertência em caso de manipulação de imagem que altere característica física de pessoa retratada na peça”;
- Projeto de Lei nº 9.130, de 2017, de autoria do Deputado Cesar Souza, que “Dispõe sobre a veiculação de imagens retocadas ou modificadas na propaganda comercial de produtos e serviços”;
- Projeto de Lei nº 9.119, de 2017, de autoria da Deputada Mariana Carvalho, que “Dispõe sobre a obrigação de aposição do aviso "fotografia retocada" em material publicitário que contenha imagem de pessoa submetida a modificações”;
- Projeto de Lei nº 9.189, de 2017, de autoria da Deputada Shéridan, que “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para considerar abusiva a publicidade que não traga mensagem de alerta relativa à modificação de imagens com o intuito de alterar características físicas das pessoas nelas retratadas”;
- Projeto de Lei nº 9.244, de 2017, de autoria do Deputado Bilac Pinto, que “Altera a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, para dispor sobre a obrigatoriedade de menção à expressão "fotografia alterada digitalmente" em fotos comerciais ou de publicidade que sofreram tratamento digital para alterar a aparência de modelos”;
- Projeto de Lei nº 9.569, de 2018, de autoria do Deputado Augusto Carvalho, que “Acrescenta parágrafos ao art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor”, considerando publicidade enganosa a utilização de photoshop em publicidade de modelos;
- Projeto de Lei nº 9.656, de 2018, de autoria do Deputado Fernando Monteiro, que “Acrescenta artigo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar as campanhas publicitárias a informar quando uma foto foi alterada”;
- Projeto de Lei nº 10.111, de 2018, de autoria do Deputado Celso Russomanno, que “Acrescenta dispositivo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para tornar obrigatória a informação acerca de imagens alteradas”.

Todos os Projetos de Lei apensos têm como objetivo a proteção do consumidor contra

publicidade que apresente fotografias de pessoas que tenham sua silhueta manipuladas digitalmente, no mesmo sentido do projeto principal.

A matéria foi distribuída para as Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Defesa do Consumidor, para análise e apreciação de mérito, bem como para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, para análise quanto aos pressupostos de admissibilidade relativos àquela Comissão. Nesta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, foi aberto o prazo de cinco sessões para a apresentação de emendas à matéria. Esgotado o prazo, não foram apresentadas emendas.

O Projeto de Lei em análise já esteve, nesta Comissão, sob a relatoria da Deputada Tia Eron, que apresentou parecer pela aprovação da matéria. Entretanto, o voto da nobre Parlamentar não chegou a ser apreciado e, uma vez que concordamos com o teor de seu relatório, optamos por utilizá-lo como base na elaboração deste parecer.

Cabe, regimentalmente, a esta Comissão manifestar-se sobre os projetos de lei em epígrafe, sob a ótica do que prescreve o inciso III do artigo 32 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

II - VOTO DA RELATORA

A desenfreada busca por padrões inalcançáveis de estética tem moldado comportamentos cada vez menos recomendáveis à saúde da população em todo o mundo. Cientes do encanto que tais padrões exercem sobre as pessoas, especialmente sobre os mais jovens, os produtores de publicidade estão, numa curva ascendente, utilizando-se de *softwares* de manipulação de imagens, do tipo *Photoshop*, para moldar corpos em suas peças publicitárias, com a intenção de atrair diversos nichos de mercado.

Em muitos países, os legisladores vêm proibindo o emprego de fotografias manipuladas sem a aposição clara e inequívoca de mensagens informando que as imagens passaram por tratamento digital com o objetivo de alterar as características originais dos corpos das pessoas mostradas. Em sua maioria, os parlamentos consideram que a omissão destas mensagens informativas é uma forma de iludir o consumidor, que fica sem meios de saber se o efeito vislumbrado na publicidade decorre do uso do produto anunciado ou é consequência de truques de edição de imagens.

Também no Brasil, o assunto ganhou relevância e muitos projetos de lei foram apresentados nas duas Casas Legislativas para coibir tal prática. O projeto principal, embora não tenha sido o primeiro a chegar à Câmara dos Deputados, ganhou preferência regimental por ter sido aprovado no Senado Federal antes de ser encaminhado a esta Casa. A ele, foram pensados outros dez projetos, todos com o mesmo objetivo.

O projeto principal pretende introduzir dois parágrafos no artigo 36 da Lei nº 8.078, de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, obrigando que todos os anúncios publicitários que tenham fotos com silhuetas retocadas digitalmente apresentem uma tarja visível e legível, claramente destacada da mensagem

publicitária, com as expressões “silhueta retocada” ou “silhuetas retocadas”.

Os demais projetos seguem na mesma linha, com soluções um pouco diferenciadas, mas que, na prática, alcançariam o mesmo objetivo.

Somos favoráveis à matéria aqui relatada e acreditamos que nossa legislação, no mesmo sentido de outros países, precisa ser aperfeiçoada para deixar bastante claro que manipulação digital de imagens de pessoas em peças publicitárias precisa ser explicitamente informada ao consumidor. Tal procedimento evitará confusão e indução a erro para os destinatários da propaganda.

Neste sentido, acolhemos todas as proposições aqui relatadas. Adicionalmente, entendemos que há mérito na substituição, no texto do projeto principal, da palavra “fotografia”, que está semanticamente relacionada a representações estáticas, pela palavra “imagem”, cujo sentido é mais abrangente e inclui naturalmente as mídias que reproduzem movimento, como os vídeos. Com essa modificação, acreditamos que o projeto representará com maior fidedignidade o alcance que se pretende imprimir ao texto legal. Incluímos, ainda, um parágrafo para caracterizar como enganosa a publicidade veiculada em desacordo com as novas determinações previstas na proposição. Essas e outras pequenas adequações julgadas pertinentes foram incluídas no texto de um substitutivo.

Por todo o exposto, votamos pela APROVAÇÃO da proposição principal, o Projeto de Lei nº 10.022/2018, e dos seus apensados, os Projetos de Lei nºs 9.077/2017, 9.154/2017, 9.146/2017, 9.130/2017, 9.119/2017, 9.189/2017, 9.244/2017, 9.569/2018, 9.656/2018 e 10.111/2018, na forma do substitutivo que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em 12 de julho de 2019.

Deputada SÂMIA BOMFIM
Relatora

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 10.022, DE 2018

Apensados: PL nº 9.077/2017, PL nº 9.119/2017, PL nº 9.130/2017, PL nº 9.146/2017, PL nº 9.154/2017, PL nº 9.189/2017, PL nº 9.244/2017, PL nº 10.111/2018, PL nº 9.569/2018 e PL nº 9.656/2018

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para tornar obrigatória a aposição de tarja informativa sobre o uso de retoque digital nas imagens de pessoas utilizadas para fins de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para obrigar as peças publicitárias a informar os consumidores do uso de imagens de pessoas com silhuetas modificadas digitalmente.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º, 3º e 4º, numerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 36

.....

§ 2º Toda publicidade que apresentar imagem de uma ou mais pessoas com a silhueta retocada digitalmente deve conter tarja informativa com a expressão “silhueta retocada” ou “silhuetas retocadas”, conforme o caso.

§ 3º A expressão a que se refere o § 2º deve ser facilmente legível, e a tarja informativa deve ser posicionada de forma acessível e claramente diferenciada da mensagem publicitária.

§ 4º A publicidade veiculada em desacordo com o disposto no § 2º é considerada enganosa.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Sala das Sessões, em 12 de julho de 2019.

Deputada SÂMIA BOMFIM
Relatora

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Quando da discussão dos Projetos de Lei em epígrafe, na reunião desta Comissão no dia 14/08/2019, verificamos a necessidade de delimitar que a mensagem de advertência deverá ser aposta quando o retoque digital objetivar aumentar ou diminuir a silhueta. Por esses motivos apresentamos a seguinte complementação ao Substitutivo ora apresentado.

Sala da Comissão, em 14 de agosto de 2019.

Deputada SÂMIA BOMFIM
Relatora

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 10.022, DE 2018

Apensados: PL nº 9.077/2017, PL nº 9.119/2017, PL nº 9.130/2017, PL nº 9.146/2017, PL nº 9.154/2017, PL nº 9.189/2017, PL nº 9.244/2017, PL nº 10.111/2018, PL nº 9.569/2018 e PL nº 9.656/2018

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para tornar obrigatória a aposição de tarja informativa sobre o uso de retoque digital nas imagens de pessoas utilizadas para fins de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para obrigar as peças publicitárias a informar os consumidores do uso de imagens de pessoas com silhuetas modificadas digitalmente.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos

seguintes §§ 2º, 3º e 4º, numerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 36

.....
§ 2º Toda publicidade que apresentar imagem de uma ou mais pessoas com a silhueta retocada digitalmente, **com o objetivo de diminuí-la ou aumentá-la**, deve conter tarja informativa com a expressão “silhueta retocada” ou “silhuetas retocadas”, conforme o caso.

§ 3º A expressão a que se refere o § 2º deve ser facilmente legível, e a tarja informativa deve ser posicionada de forma acessível e claramente diferenciada da mensagem publicitária.

§ 4º A publicidade veiculada em desacordo com o disposto no § 2º é considerada enganosa.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Sala da Comissão, em 14 de agosto de 2019.

Deputada SÂMIA BOMFIM
Relatora

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 10.022/2018, e o PL 9119/2017, o PL 9130/2017, o PL 9146/2017, o PL 9154/2017, o PL 9189/2017, o PL 9244/2017, o PL 9569/2018, o PL 9656/2018, o PL 10111/2018, e o PL 9077/2017, apensados, com substitutivo, nos termos do Parecer da Relatora, Deputada Sâmia Bomfim, com Complementação de Voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Félix Mendonça Júnior - Presidente, Márcio Jerry e Angela Amin - Vice-Presidentes, Alex Santana, André Figueiredo, Carlos Chiodini, Cezinha de Madureira, Cleber Verde, Daniel Trzeciak, David Soares, Fabio Reis, General Peternelli, Gervásio Maia, Gustavo Fruet, Hélio Leite, Jefferson Campos, Julio Cesar Ribeiro, Loester Trutis, Luiza Erundina, Margarida Salomão, Roberto Alves, Rodrigo Agostinho, Sâmia Bomfim, Ted Conti, Vinicius Poit, Vitor Lippi, Zé Vitor, Alencar Santana Braga, Bilac Pinto, Capitão Wagner, Dr. Frederico, Eduardo Cury, Felício Laterça, Gilberto Abramo, JHC, Jorge Braz, Lauriete, Luis Miranda, Paulo Freire Costa, Rodrigo de Castro e Tabata Amaral .

Sala da Comissão, em 14 de agosto de 2019.

Deputado MÁRCIO JERRY
Presidente em exercício

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO AO PL 10.022/18

Apensados: PL nº 9.077/2017, PL nº 9.119/2017, PL nº 9.130/2017, PL nº 9.146/2017, PL nº 9.154/2017, PL nº 9.189/2017, PL nº 9.244/2017, PL nº 10.111/2018, PL nº 9.569/2018 e PL nº 9.656/2018

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para tornar obrigatória a aposição de tarja informativa sobre o uso de retoque digital nas imagens de pessoas utilizadas para fins de publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para obrigar as peças publicitárias a informar os consumidores do uso de imagens de pessoas com silhuetas modificadas digitalmente.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 2º, 3º e 4º, numerando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 36

.....

§ 2º Toda publicidade que apresentar imagem de uma ou mais pessoas com a silhueta retocada digitalmente, **com o objetivo de diminuí-la ou aumentá-la**, deve conter tarja informativa com a expressão “silhueta retocada” ou “silhuetas retocadas”, conforme o caso.

§ 3º A expressão a que se refere o § 2º deve ser facilmente legível, e a tarja informativa deve ser posicionada de forma acessível e claramente diferenciada da mensagem publicitária.

§ 4º A publicidade veiculada em desacordo com o disposto no § 2º é considerada enganosa.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Sala da Comissão, em 14 de agosto de 2019.

Deputado MÁRCIO JERRY
Presidente em exercício