

PROJETO DE LEI Nº , DE 2017

(Do Sr. Francisco Floriano)

“Dispõe sobre o uso de fotografias retocadas em publicações, revistas, jornais e matérias de publicidade”.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Esta Lei dispõe sobre o uso de fotografias retocadas em publicações, revistas, jornais e matérias de publicidade

Art. 2º. Toda fotografia com imagem de pessoas, usada em publicações, revistas, jornais e matérias de publicidade, que passarem por processo de retocagem, terá que vir com a inscrição “fotografia retocada”.

Art. 3º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O objetivo desse Projeto de lei é evitar que imagens retocadas (ou alteradas) sejam tidas como verdadeira, induzindo as pessoas, em especial, os jovens, a adotarem aquele modelo de beleza inacessível como ideal.

O exemplo mais notório é o do aplicativo Photoshop (editor de imagens), que permite ao usuário, modificar fotografias.

Esse aplicativo é muito usado em imagens de mulheres permitindo melhorar as medidas do corpo, o tom da pele, eliminar rugas, manchas, ou qualquer defeito que impeça a busca pela perfeição que encanta os olhos do leitor.

Na França agora é Lei. O público tem que saber quando uma foto foi alterada, seja na revista ou na publicidade. Os motivos têm a ver com saúde pública.

De acordo com as autoridades francesas, as imagens não reais levam a autodepreciação e mexem com a autoestima da população, de forma mais severa entre os jovens.

Segundo o Ministério da Saúde francês, o objetivo é evitar a promoção da beleza inacessível e prevenir anorexia entre os jovens.

No Brasil, não é diferente.

Um levantamento realizado pela Secretaria de Estado da Saúde revela que 77% das jovens em São Paulo apresentam propensão a desenvolver algum tipo de distúrbio alimentar, como anorexia, bulimia e compulsão por comer. O estudo, feito por profissionais da Casa do Adolescente, envolveu 150 pacientes de 10 a 24 anos que foram atendidas no ambulatório de Ginecologia do Hospital das Clínicas e do hospital estadual Pérola Byington.

Entre as participantes, 85% disseram acreditar que existe um padrão de beleza imposto pela sociedade; 46% afirmaram que mulheres magras são mais felizes; e 55% adorariam simplesmente acordar magras.

“É preocupante esta porcentagem tão alta de jovens com propensão a distúrbios alimentares. Um adolescente se preocupar com a aparência é normal, mas quando isso é exagerado precisamos tomar cuidado”, diz Albertina Duarte Takiuti, coordenadora do Programa Estadual de Saúde do Adolescente.

Balanco divulgado recentemente pela Secretaria de Saúde apontou que a cada dois dias, em média, uma pessoa é internada por anorexia ou bulimia nos hospitais que atendem pelo SUS (Sistema Único de Saúde) em São Paulo. Somente nos primeiros sete meses do ano passado, foram 97 internações devido a distúrbios alimentares. (Fonte: Revista VEJA Saúde. Acesso em 05/11/17. <http://veja.abril.com.br/saude/sp-77-das-jovens-tem-propensao-a-disturbios-alimentares/>)

Sabemos que, os adolescentes são facilmente influenciados por padrões de beleza e comportamento explorados na mídia como um todo. Nunca é demais zelar pela saúde desses jovens.

Vale lembrar que, “é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária”. (Art. 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente).

Também acho conveniente que, possamos analisar esta questão à luz do Código de Defesa do Consumidor já que, por trás de uma fotografia usada na publicidade, tem sempre um produto anunciado.

É razoável que assim o seja, já que a fotografia manipulada não corresponde à realidade a qual pretende se referir e, sendo assim, deve ser comunicado ao leitor. A lógica é a mesma aplicada nos produtos que sofrem alteração na sua forma original. Assim, os consumidores saberão quando, por exemplo, um alimento é transgênico, quando houve diminuição na quantidade do produto, quando houve alteração de

fórmula, enfim, qualquer alteração que modifica o estado original de um produto deve ser comunicado ao consumidor.

Essa mesma lógica deve ser aplicada as fotografias manipuladas para não induzir o leitor a erro. É importante lembrar que, na maioria das vezes, as fotografias são manipuladas justamente para evidenciar as “promessas” do produto que se pretende vender, ou seja, as fotografias são alteradas para vender melhor o produto.

Nada contra a adoção dessa técnica na publicidade, apenas acho justo que o leitor que, pode ser um “consumidor em potencial”, seja informado das alterações que valorizam o produto ou a situação atrelada ao produto.

Essa medida está em conformidade com os preceitos basilares do Código de Defesa do Consumidor, entre eles, a transparência da informação.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação deste Projeto de lei.

Sala das sessões, 06 de novembro de 2017.

Deputado FRANCISCO FLORIANO (DEM/RJ)