

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 4.349, DE 2019

Estabelece a obrigatoriedade de aviso de saúde que especifica em fotos de modelos que forem manipuladas digitalmente

Autora: Deputada DRA. SORAYA MANATO

Relator: Deputado MÁRCIO LABRE

I - RELATÓRIO

Tramita nesta Comissão, em regime de apreciação conclusiva, o Projeto de Lei nº 4.349, de 2019, da lavra da Deputada Dra. Soraya Manato, que estabelece a obrigatoriedade de aviso de saúde que especifica em fotos de modelos que forem manipuladas digitalmente.

O texto determina que todas as fotos divulgadas pela imprensa, seja de campanhas políticas, arte e imagens em embalagens de produtos, que tenham sido editadas, digitalmente retocadas ou que tiverem passado por qualquer processo de manipulação estética, serão acompanhadas por uma linha de texto dizendo "fotografia retocada para modificar a aparência física de uma pessoa".

O projeto pretende melhor informar os cidadãos acerca de manipulações em fotografias de pessoas em publicidade, para evitar a disseminação de padrões estéticos que, em muitas vezes, geram comportamentos prejudiciais à saúde da população.

A proposição foi distribuída inicialmente para análise desta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, colegiado no qual, transcorrido o prazo regimental, não foram apresentadas emendas.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Márcio Labre
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD213041875800>



Posteriormente será apreciada pelas Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD).

É o Relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A busca por padrões estéticos irreais impostos pela mídia vem gerando comportamentos pouco recomendáveis à saúde por parte da população, não só no Brasil, mas em todo o mundo.

Um dos fatores que desencadeia estas jornadas em busca de perfeição são as imagens de modelos em campanhas publicitárias que sofreram manipulação para mostrar corpos mais elegantes que a realidade.

Essa prática vem ensejando legislações em vários países que simplesmente proíbem a adoção de fotografias manipuladas sem que venha claramente associada uma mensagem informativa sobre o fato de que a mesma foi alterada digitalmente.

O caso mais emblemático é o da França, cujo Decreto nº 2017-438, de 4 de maio de 2017¹, estabeleceu a obrigatoriedade de menção “fotografia retocada” em imagens publicitárias submetidas a processamento digital com o fim de refinar ou engrossar a silhueta de modelos.

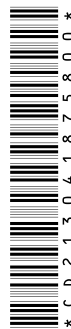
A iniciativa francesa é uma diretriz importante no sentido de uma comunicação mais responsável em um mundo que estamos constantemente expostos à publicidade, de modo que é impossível escapar desse marketing visual.

Essas imagens publicitárias refletem uma ideia de perfeição com base em padrões que nem mesmo as mais famosas modelos mundiais são capazes de atingir, já que suas imagens são alteradas digitalmente para corrigir eventuais “defeitos”.

Essas imagens irreais são usadas como elemento de venda de produtos de beleza, tratamentos estéticos ou bens de consumo em geral,



¹
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Márcio Labre
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD213041875800>



expondo os consumidores a imagens distorcidas por tanto tempo, que muitas pessoas e principalmente os jovens as consideram padrões de beleza.

Essas personalidades perfeitas estão nos pôsteres de ônibus e do metrô, nos anúncios de televisão e de redes sociais, mostrando que só se é feliz com peles perfeitas e corpos sem curvas. E é assim que um mal-estar nasce, surgem complexos, porque não cumprimos esses critérios. E isso pode percorrer um longo caminho, especialmente para os adolescentes mais apegados às aparências físicas, chegando a desenvolver distúrbios alimentares, ansiedade e depressão, os quais podem, inclusive, culminar em tentativas de suicídio.

É verdade que há um movimento na internet, ainda incipiente e minoritário, com o objetivo de usar pessoas “normais” em campanhas publicitárias, mas o Estado brasileiro, como organizador político e social da sociedade, não pode prescindir de regular uma questão como essa.

Nesse contexto, a proposição em análise, ao obrigar a aposição de mensagem indicativa de tratamento nas fotografias publicitárias que tiverem sido manipuladas, amplia o grau de informação ao consumidor, evitando confusão e indução a erro para os destinatários da propaganda. É uma proposta altamente meritória, motivo pelo qual recomendamos sua aprovação.

Diante do exposto, o voto é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 4.349, de 2019.

Sala da Comissão, em 16 de abril de 2021.

Deputado MÁRCIO LABRE
Relator

