

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 4.349, DE 2019

Apensados: PL nº 2.635/2021, PL nº 2.762/2021 e PL nº 2.790/2021

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

Autora: Deputada DRA. SORAYA MANATO

Relator: Deputado MERLONG SOLANO

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.

Apensos ao texto principal encontram-se as seguintes proposições:



- Projeto de Lei nº 2.635, de 2021, do Deputado Giovani Cherini, que altera o Marco Civil da Internet, para garantir transparência na edição de imagens na internet.
- Projeto de Lei nº 2.762, de 2021, do Deputado Ailton Faleiro, que também altera o Marco Civil da Internet, para obrigar provedores de aplicação de internet a instituírem mecanismos para alertar usuários sobre imagens humanas editadas digitalmente
- Projeto de Lei nº 2.790, de 2021, da Deputada Marília Arraes, que altera o Código de Defesa do Consumidor para estabelecer que a publicidade transmitida por aplicações de internet contenha alertas sobre a edição digital de imagens de corpos humanos.

As proposições foram distribuídas inicialmente para análise desta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, colegiado no qual, transcorrido o prazo regimental, não foram apresentadas emendas. Posteriormente serão apreciadas 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 2017-738, 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, 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

1

https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=747E11A908BD4EF87F1B5867972B448F.tpdila18v_1?cidTexte=JORFTEXT000034580217&dateTexte=&oldAction=rechJO&categorieLien=id&idJO=JORFCONT000034579357



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. Cumpre informar que este voto se inspira em relatório apresentado pelo Deputado Márcio Labre nesta comissão. É uma proposta altamente meritória, motivo pelo qual recomendamos sua aprovação.

Em relação aos apensos, temos as seguintes considerações:

- Projeto de Lei nº 2.635, de 2021, de conteúdo material similar ao projeto principal, porém com foco em imagens publicadas na internet. Somos, portanto, pela APROVAÇÃO, na forma do Substitutivo.
- Projeto de Lei nº 2.762, de 2021, do Deputado Airton Faleiro, da mesma forma que o anterior, tem convergência material com a proposição principal. Somos, portanto, pela APROVAÇÃO, nos termos do Substitutivo.
- Projeto de Lei nº 2.790, de 2021, assim como os apensos anteriores, trata da mesma concepção da principal, mas aloca as disposições no Código de Defesa do Consumidor, que consideramos inadequado, visto se tratar de um projeto sobre internet. Apesar dessa pequena divergência de forma, somos pela APROVAÇÃO, nos termos do Substitutivo.

Diante do exposto, o voto é pela APROVAÇÃO da proposição principal, Projeto de Lei nº 4.349, de 2019, e pela APROVAÇÃO dos apensos, Projeto de Lei nº 2.635, de 2021, Projeto de Lei nº 2.762, de 2021, e Projeto de Lei nº 2.790, de 2021, nos termos do Substitutivo.



Sala da Comissão, em de de 2022.

Deputado MERLONG SOLANO
Relator

2022-6294



COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 4.349, DE 2019

Apensados: PL nº 2.635/2021, PL nº 2.762/2021 e PL nº 2.790/2021

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece a obrigatoriedade de aviso de saúde em fotos de modelos que forem manipuladas digitalmente.

Art. 2º Todas as fotos divulgadas pela imprensa, fotos de campanhas políticas, fotografia de arte e imagens em embalagens de produtos, além de comerciais, 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 editada".

§ 1º A linha de texto estabelecida pelo caput deverá ser em tamanho visível e proporcional ao restante da peça publicitária.

§ 2º Nos cartazes e outdoors a frase do caput será em fonte não inferior a maior constante na peça publicitária.

Art. 3º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar com os seguintes artigos:

“Art. 21-A. O provedor de aplicações de internet que disponibilize imagens ou vídeos gerados por terceiros deve disponibilizar mecanismo para alertar usuários sobre imagens humanas editadas digitalmente.



Parágrafo único. Os provedores de aplicações mencionados no caput devem, adicionalmente, disponibilizar ferramenta para receber denúncias de imagens ou vídeos sem o alerta a que se refere este artigo.”

“ Art. 29-A. A publicação de fotos de pessoas reais na internet em campanhas publicitárias ou por pessoas físicas ou jurídicas que tenham mais de 500 mil seguidores em redes sociais deverá trazer a inscrição “editada”, quando houver alteração significativa, feita de maneira mecânica ou eletrônica, da imagem original, na forma da regulamentação.

§1º A inscrição editada deve ocupar no mínimo 10% da imagem, devendo estar em posição legível e durar o tempo de exposição equivalente à exibição da imagem a que se refere.

§ 2º A inobservância do previsto no caput deste artigo sujeita os infratores à multa de até 10 salários-mínimos por infração cometida, e, na terceira reincidência, suspensão por 30 dias da conta, site, aplicativo ou plataforma digital.

§ 3º Este artigo não se aplica a objetos de arte, pinturas e imagens já consagrados pela história, arte e cultura.”(NR)

Art. 4º As infrações a esta Lei sujeitam o infrator a multa de 10 mil reais ou 50 por cento do custo do anúncio infringente, o que for maior.

Art. 5º Esta lei entra em vigor após 90 (noventa) dias de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2022.

Deputado MERLONG SOLANO
Relator

2022-6294

