



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 4.349, DE 2019**

(Da Sra. Dra. Soraya Manato)

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

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:
COMUNICAÇÃO;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:

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

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 2635/21, 2762/21 e 2790/21

(*) Atualizado em 23/03/2023 em virtude de novo despacho e apensados (3)

O Congresso Nacional decreta:

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

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 retocada para modificar a aparência física de uma pessoa".

§ 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 à maior constante na peça publicitária.

Art. 3º 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. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei nº 704/2011, do nobre Deputado Manato, foi apensado ao Projeto de Lei nº 6.853/2010, do Deputado Wladimir Costa, e ambos foram arquivados ao final da última legislatura. Dada a importância da matéria, resolvemos reapresentar, com pequenas modificações, o projeto do Deputado Manato, juntamente com a justificação oferecida à época, a qual reproduzimos a seguir.

As fotos digitalmente retocadas têm estado ao cerne de uma série de escândalos. Uma lei é necessária para combater a veiculação de imagens deturpadas de modelos, sobretudo de mulheres na imprensa, em campanhas políticas, fotografias de arte, embalagens de produtos e comerciais.

Essas imagens podem fazer as pessoas acreditarem numa realidade que, com frequência, não existe. Portanto, é urgente uma advertência em todas as fotos manipuladas por qualquer meio e programa, como o Photoshop, as quais devem conter a seguinte explicação: "fotografia retocada para modificar a aparência física de uma pessoa". A divulgação desses padrões irrealistas de beleza, muitas vezes exibidos no mundo da moda, podem causar vários tipos de problemas psicológicos, principalmente desordens alimentares em jovens que buscam um padrão inatingível de beleza. Não é à toa que abundam os programas de edição de fotografias: PhotoScape, Photoshop, The Gimp, PaintNet, PhotoFiltre, Photo Editor, Magix FunPix Maker, Shutterfly Studio, Taaz, Photo-Brush, Magix Etreme Photo Designer, FotoFlexer, Xnview, PicPick e tantos outros com nomes sugestivos.

Pela proposição que ora apresento, todas as fotos editadas serão acompanhadas por uma linha de texto dizendo "fotografia retocada para modificar a aparência física de uma pessoa". Essa é uma medida que já vem sendo discutida em outros países, inclusive pela França, que se encontram preocupados com o impacto que a busca irrefreada de um padrão artificial de beleza vem causando à saúde da população.

Revistas de moda, grifes de luxo, outdoors nos principais pontos de grande visibilidade das cidades, anúncios na internet e em todos os outros meios midiáticos têm manipulado imagens digitalmente para fazer modelos parecerem mais magras, aumentar seus seios, branquear seus dentes, alongar suas pernas e eliminar rugas, eliminar "pneuzinhos", criando um padrão inatingível de beleza que só leva à frustração milhões de jovens, adolescentes que se deparam com esses anúncios. Muitas vezes causando sérios distúrbios alimentares.

Especialistas têm afirmado que o fato de as pessoas serem confrontadas com padrões irrealistas de beleza feminina pode levar a vários tipos de problemas psicológicos, especialmente desordens alimentares. Há alguns anos depois do anúncio da morte de mais uma jovem em decorrência de distúrbios alimentares, a Câmara Técnica de Nutrologia do Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo divulgou nota oficial na qual "apela para que as autoridades responsáveis pela Saúde Pública brasileira definam e apliquem normas rigorosas - a exemplo de outros países, como a Espanha, capazes de prevenir e coibir, nos diferentes setores envolvidos, atitudes e práticas que têm causado adoecimento e morte de crianças, adolescentes e jovens devido a restrições dietéticas".

A nota foi divulgada imediatamente após o anúncio da morte da estudante Beatriz Cristina Ferras, de 23 anos, na Santa Casa de Jaú (SP), no dia 24 de dezembro de 2006, depois de duas paradas cardíacas que teriam sido provocadas pela anorexia nervosa. A estudante, que na adolescência teria chegado a pesar 100 quilos, teria sofrido uma crise grave ao atingir 27 quilos, há três meses.

Este é o quarto caso de morte decorrente de anorexia e distúrbios alimentares relacionados em menos de dois meses. Em novembro do mesmo ano, a modelo Ana Carolina Reston, de 1,74 metros, morreu em São Paulo, aos 21 anos pesando 40 quilos. Dias depois, foi divulgada a morte da estudante Carla Sobrado Cassale, da mesma idade, em Araraquara. Carla estudava moda e já tinha feito curso de modelo. No início de dezembro, em Araçatuba, no interior de São Paulo, foi divulgada a morte de Rosane de Oliveira, de 23 anos, com 38 quilos. Ela tinha anorexia nervosa há três anos. Alguns países têm adotado medidas contra a "ditadura" da moda. México, Espanha e, agora, Itália anunciaram medidas que combatem as exigências absurdas de "modelos excessivamente magras" no mundo da moda.

O CRM de São Paulo quer combater “o estímulo, ainda que velado e indireto, de agentes, empresas e profissionais que atuam no recrutamento e preparação dessas jovens para a ‘indústria da moda e da beleza’”.

Diante disso, é que espero contar com o apoioamento dos nobres pares na célere tramitação e aprovação desta proposição que ora submeto à análise desta Casa.

Sala das Sessões, em 8 de agosto de 2019.

Deputada DRA. SORAYA MANATO

PROJETO DE LEI N.º 2.635, DE 2021

(Do Sr. Giovani Cherini)

Inclui o art. 29-A no Marco Civil da Internet para garantir transparência na edição de imagens na internet.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-4349/2019.



* C D 2 1 3 9 6 4 2 5 9 6 0 0 *

PROJETO DE LEI N° , DE 2021

(Do Sr. GIOVANI CHERINI)

Inclui o art. 29-A no Marco Civil da Internet para garantir transparência na edição de imagens na internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei inclui o art. 29-A na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para garantir transparência na edição de imagens na internet.

Art. 2º Inclua-se o art. 29-A na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, com a seguinte redação:

“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.”



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Giovani Cherini
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD213964259600>

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

JUSTIFICAÇÃO

Diversos estudos apontam como as plataformas digitais vêm afetando a autoimagem e a autoestima dos usuários. Diversas pesquisas publicadas na imprensa trazem o relato da associação do sucesso nas relações sociais com o culto a um corpo perfeito. Essa fórmula vem sendo utilizada à exaustão pelos chamados influenciadores da rede, ou seja, pessoas que comercializam um estilo de vida na rede social, ditando padrões de beleza e o culto à estética e são seguidas por diversas pessoas.

Ocorre que, enquanto os influenciadores ganham milhões fazendo publicidade das marcas, o seguidor luta para ajustar-se aos padrões físicos defendidos. Essa cobrança no nível pessoal leva essas pessoas, ao final, “a desenvolverem transtornos comportamentais, como baixa autoestima, ansiedade e até mesmo depressão”, diz reportagem da revista ABM+Saúde, de 17.09.2019.¹ Segundo a reportagem, a ONG inglesa Girlguiding fez uma pesquisa com mais de mil garotas e jovens, entre 11 e 21 anos, e comprovou que a relação delas com o mundo virtual pode não ser tão amistosa quanto aparenta. “Uma em cada três jovens relatou que sua maior preocupação online era comparar a sua vida com a de outras pessoas por meio das redes sociais, e alegaram que se preocupam pela forma como isso está afetando seu bem-estar”, cita a reportagem.

O fenômeno do culto ao corpo tem raízes culturais, pois o Brasil é considerado o segundo país em número² de cirurgias estéticas. Entretanto, tal fenômeno foi potencializado pelo uso das redes sociais, que mostram uma vida perfeita. Porém, a preocupação com essa distorção entre o

¹ Fonte: <https://www.revistaabm.com.br/blog/a-pressao-por-perfeicao-causada-pelas-redes-sociais-pode-afetar-a-qualidade-de-vida-das-pessoas>.

² Fonte: O Brasil é o segundo país que mais faz cirurgias estéticas (superado pelos Estados Unidos), de acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS). Link:

https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/10/04/interna_gerais,1191429/como-as-redes-sociais-aumentam-pressao-estetica-sobre-corpo-da-mulher.shtml

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Giovani Cherini

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD213964259600>



real e virtual é mundial, e alguns governos já começaram a reagir com maior responsabilidade à pressão social que a mídia exerce sobre a população, sobretudo os mais jovens. Recentemente, a Noruega aprovou lei que cria um alerta escrito de que a imagem sobre edição mecânica.

Com base na experiência norueguesa, propomos adotar a mesma medida no Brasil, ou seja, criar uma lei que se aplique a anunciantes, bem como a influenciadores de mídia social e criadores de conteúdo, no sentido que de “qualquer foto em que ‘a forma, tamanho ou pele de um corpo foi alterado por retoque ou outra manipulação’ deve ser marcada como editada”³, diz reportagem na mídia norueguesa. Segundo a notícia, “o raciocínio por trás da lei é que a edição de fotos não divulgada joga com a insegurança social, má consciência, baixa autoestima ou contribui para a pressão corporal”.

Dessa forma, a proposta que ora apresentamos prevê que, por meio de alteração no Marco Civil da Internet, as publicações na rede mundial de computadores tragam essa advertência para identificar imagens que foram editadas. Importante notar que a existe uma exceção a fotografias de quadros já consagrados pela história, cultura e arte.

Notícias⁴ posteriores à aprovação da lei de referência obrigatório sobre fotografias retocadas na Noruega, publicadas na mídia daquele país e até mesmo internacional, como o jornal norte-americano The Washington Post, criticam a lei sobre edição de fotos na internet e consideram que ela traz efeitos colaterais e poderá não solucionar o estresse que as redes sociais provocam nos seus usuários, sobretudo nas gerações mais jovens, ao exigirem o corpo perfeito. Porém, sem dúvida, a medida é um primeiro passo em prol do uso responsável da internet por parte dos criadores de conteúdo.

Pelas razões expostas, pedimos o apoio dos Srs. Deputados para aprovação deste Projeto de Lei.

3 Fonte: <https://www.upworthy.com/amp/norway-photo-editing-influencer-law-2653705067>.

4 Fonte: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/wellness/photo-edit-social-media-norway/2021/07/08/f30d59ca-df2c-11eb-ae31-6b7c5c34f0d6_story.html



* C D 2 1 3 9 6 4 2 5 9 6 0 0 *

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2021.

Deputado GIOVANI CHERINI

2021-11340



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Giovani Cherini
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD213964259600>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014

Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO V
DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 29. O usuário terá a opção de livre escolha na utilização de programa de computador em seu terminal para exercício do controle parental de conteúdo entendido por ele como impróprio a seus filhos menores, desde que respeitados os princípios desta Lei e da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente.

Parágrafo único. Cabe ao poder público, em conjunto com os provedores de conexão e de aplicações de internet e a sociedade civil, promover a educação e fornecer informações sobre o uso dos programas de computador previstos no *caput*, bem como para a definição de boas práticas para a inclusão digital de crianças e adolescentes.

Art. 30. A defesa dos interesses e dos direitos estabelecidos nesta Lei poderá ser exercida em juízo, individual ou coletivamente, na forma da lei.

Art. 31. Até a entrada em vigor da lei específica prevista no § 2º do art. 19, a responsabilidade do provedor de aplicações de internet por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, quando se tratar de infração a direitos de autor ou a direitos conexos, continuará a ser disciplinada pela legislação autoral vigente aplicável na data da entrada em vigor desta Lei.

Art. 32. Esta Lei entra em vigor após decorridos 60 (sessenta) dias de sua publicação oficial.

Brasília, 23 de abril de 2014; 193º da Independência e 126º da República.

DILMA ROUSSEFF
 José Eduardo Cardozo
 Miriam Belchior
 Paulo Bernardo Silva
 Clélio Campolina Diniz

PROJETO DE LEI N.º 2.762, DE 2021
(Do Sr. Airton Faleiro)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para obrigar provedores de aplicação de internet a instituírem mecanismos para alertar usuários sobre imagens humanas editadas digitalmente.

DESPACHO:
 APENSE-SE À(AO) PL-4349/2019.



PROJETO DE LEI Nº , DE 2021
(Do Sr. AIRTON FALEIRO)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, para obrigar provedores de aplicação de internet a instituírem mecanismos para alertar usuários sobre imagens humanas editadas digitalmente.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 21-A:

“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. 2º Esta lei entra em vigor após decorridos 60 (sessenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

As redes sociais e demais aplicações de internet que disponibilizam conteúdo gerado por terceiros são cada vez mais influentes na formação da cultura e do imaginário social de nosso país. Os influenciadores digitais, por meio de poderosas plataformas, são capazes de atingir milhões de seguidores na velocidade de um clique. No entanto, toda essa velocidade e abrangência devem ser exercidas com responsabilidade e transparência.



Câmara dos Deputados

Anexo IV, Gab. 327

Parte final autenticada pelo(a) Dep. Airton Faleiro

+55 (61) 3215-5327 / 3327

<http://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD21490327900>





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado Federal **AIRTON FALEIRO**

Há algum tempo já se sabe de alguns efeitos psicológicos negativos de alguns comportamentos online sobre o público, especialmente sobre os mais jovens. Ao postar somente momentos felizes e silhuetas perfeitas, cria-se a ilusão de que existe um mundo ideal, no qual se está sempre feliz, em que não há dificuldades, nem “imperfeições físicas”. Isso é devastador para um jovem cujo conceito sobre si mesmo ainda está em formação. Essa ilusão cria a impressão de que somente aquela pessoa não se adequa aos padrões de beleza e a outros aspectos valorizados socialmente.

O presente projeto, longe de querer limitar a liberdade de expressão ou induzir as pessoas a postarem momentos desagradáveis, visa trazer informações mais fidedignas aos usuários de redes sociais e de outras aplicações de internet. O que se deseja é que os usuários que visualizarem determinada foto ou vídeo em que aparecem pessoas saibam que aquele conteúdo foi modificado para ocultar “imperfeições”.

A importância do cuidado com a saúde mental tem ficado cada vez mais evidente e o presente projeto tem justamente esse objetivo, o de diminuir transtornos relacionados à dismorfia corporal. Por esse motivo, peço o apoioamento de Vossas Excelências para esta proposta.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2021.

**Deputado AIRTON FALEIRO
PT/PA**



Câmara dos Deputados

Anexo IV, Gab. 327

Parte final da assinatura digital: <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD214903279e00>

+55 (61) 3215-5327 / 3327



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014

Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....
CAPÍTULO III
DA PROVISÃO DE CONEXÃO E DE APLICAÇÕES DE INTERNET
.....

Seção III

Da Responsabilidade por Danos Decorrentes de Conteúdo Gerado por Terceiros

Art. 21. O provedor de aplicações de internet que disponibilize conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente pela violação da intimidade decorrente da divulgação, sem autorização de seus participantes, de imagens, de vídeos ou de outros materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização desse conteúdo.

Parágrafo único. A notificação prevista no *caput* deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material apontado como violador da intimidade do participante e a verificação da legitimidade para apresentação do pedido.

Seção IV
Da Requisição Judicial de Registros

Art. 22. A parte interessada poderá, com o propósito de formar conjunto probatório em processo judicial cível ou penal, em caráter incidental ou autônomo, requerer ao juiz que ordene ao responsável pela guarda o fornecimento de registros de conexão ou de registros de acesso a aplicações de internet.

Parágrafo único. Sem prejuízo dos demais requisitos legais, o requerimento deverá conter, sob pena de inadmissibilidade:

- I - fundados indícios da ocorrência do ilícito;
 - II - justificativa motivada da utilidade dos registros solicitados para fins de investigação ou instrução probatória; e
 - III - período ao qual se referem os registros.
-
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.790, DE 2021
(Da Sra. Marília Arraes)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para que a publicidade transmitida por aplicações de internet contenha alertas sobre a edição digital de imagens de corpos humanos.

DESPACHO:
 APENSE-SE AO PL-4349/2019.

PROJETO DE LEI N° , DE 2021

(Da Sra. MARÍLIA ARRAES)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para que a publicidade transmitida por aplicações de internet contenha alertas sobre a edição digital de imagens de corpos humanos.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:

“Art. 37

.....
§ 5º A publicidade transmitida por meio de aplicações de internet deve conter, nos termos da regulamentação, alertas sobre a edição digital de imagens de corpos humanos.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor após 90 (noventa) dias de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A dismorfia corporal ou transtorno dismófico corpoal (TDC) tem se tornado um problema social cada vez mais relevante, especialmente entre os jovens. Esse transtorno caracteriza-se por “percepção distorcida da imagem corporal, caracterizada pela preocupação exagerada com um defeito imaginário na aparência ou com um mínimo defeito corporal presente”, podendo levar a “desenvolver comportamentos compulsivos, e, em casos mais graves, há risco de suicídio”¹.

¹ <https://www.scielo.br/j/abd/a/TKbDgM7p3JscthF7BgNzhFQ/?format=pdf&lang=pt>



Não é de hoje que todos nós somos influenciados por padrões corpóreos idealizados socialmente, mas, com a popularização das redes sociais e dos aplicativos de edição de imagens, o problema tem se agravado. Com a publicidade direcionada, há a criação de um mundo particular para cada pessoa, um mundo perfeito, em que todos são lindos, saudáveis e com aparência impecável. Sabemos que esse é um mundo idealizado, mas acabamos sendo influenciados por essas aparências, especialmente os jovens, que têm menos maturidade e menores referências para lidar com essa questão. Com essa idealização, surge um forte sentimento de não pertencimento, levando à “síndrome da feiúra imaginária” e a “um quadro depressivo ou de ansiedade associado a uma baixíssima autoestima”².

O objetivo do presente projeto é justamente evitar a naturalização da perfeição corporal, ou seja, é alertar que aquele corpo idealizado pela publicidade é criado artificialmente por meio de edições digitais. Com essa medida, esperamos que a população e, especialmente os mais jovens, possam despertar um senso crítico de que as idealizações corporais podem ser fruto de edições digitais e inatingíveis no mundo concreto.

Assim, de modo a evitar o agravamento de problemas psicológicos advindos da publicidade em aplicações de internet, como as redes sociais, solicitamos aos nobres pares o apoio à presente medida.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2021.

Deputada **MARÍLIA ARRAES**
PT/PE



²Fonte: <https://www.metropoles.com/saude/dismorfia-corporal-entenda-o-que-pode-causar-a-feiura-imaginaria>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Marília Arraes
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215728232700>



LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

FIM DO DOCUMENTO