

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 6.853, DE 2010.

(Apensado PL nº 704, de 2011)

Obriga que imagens utilizadas em peças publicitárias ou publicadas em veículos de comunicação, que tenham sido modificadas com o intuito de alterar características físicas de pessoas retratadas, tragam mensagem de alerta acerca da modificação.

Autor: Deputado WLADIMIR COSTA

Relator: Deputado ROBERTO TEIXEIRA

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe foi apresentado pelo Deputado Wladimir Costa com o objetivo de alertar o público quanto à manipulação digital, em peças publicitárias, de imagens de pessoas alterando-lhes suas reais características físicas, de modo a induzir consumidores à adoção de padrões estéticos irreais em decorrência de tal manipulação.

De acordo com o autor, tais exageros são “cada vez mais constantes, inundam os meios de comunicação e influenciam significativamente na formação dos padrões de beleza, sobretudo dos padrões de beleza femininos”.

O parlamentar expressa sua preocupação com o problema que vem afligindo milhares de consumidores no País, ao lamentar que o resultado dessa exposição seja a “fixação de um padrão de beleza irreal, no qual a magreza absoluta é intensamente valorizada”, sugerindo que este possa contribuir para o aumento de casos de transtorno alimentar. Ressalte-se

04F8BE9151

04F8BE9151

ainda que, no Brasil, segundo estimativas constantes da justificação do projeto de lei, os casos de anorexia e bulimia alcançam mais de 1% da população, configurando, assim, importante problema de saúde pública, além de induzir o consumidor em erro de aquisição de produtos, caracterizando propaganda enganosa e abusiva nos termos do art. 37, §§ 1º e 2º, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

A proposta determina, em seu art. 2º, que as imagens manipuladas com o intuito de alterar características das pessoas retratadas contenham a advertência acerca do procedimento. A infração à norma seria punida, cumulativamente, com penas de advertência, de obrigação de veicular retificação e de multa, nos termos do art. 3º do texto.

À proposição principal encontra-se apensado o Projeto de Lei nº 704, de 2011, de autoria do Deputado Manato, que contém propósito similar, quase idêntico, e determina a adoção de mensagem alusiva à manipulação gráfica de fotografias. As infrações ao dispositivo serão apenadas, segundo o texto, com multa de até 50% do custo da peça publicitária.

Em 21/08/2013, a proposição principal e o projeto de lei apensado foram aprovados na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, nos termos de um Substitutivo apresentado pelo relator naquela Comissão, Deputado Sandro Alex.

Em seguida, ambas as proposições vêm a esta Comissão de Defesa do Consumidor para exame do seu mérito no tocante às relações de consumo e medidas de defesa do consumidor, além dos aspectos relacionados com a composição, qualidade, apresentação, publicidade e distribuição de bens e serviços, consoante o disposto no art. 32, inciso V, alíneas “b” e “c”, do Regimento Interno desta Câmara dos Deputados.

No âmbito desta Comissão, no decurso do prazo regimental de cinco sessões, que transcorreu de 13/09/2013 a 26/09/2013, foi apresentada uma única emenda modificativa nº 1, de 2013, de autoria do Deputado Áureo, com o objetivo de alterar os arts. 1º e 2º do PL nº 6.853/10, para fins de “(...) esclarecer que as modificações de características físicas de pessoas protagonistas de peças publicitárias somente faz-se necessário quando existir efetivo potencial de ludibriar o consumidor quanto a possíveis resultados de terapias e tratamentos”.

04F8BE9151

04F8BE9151

II - VOTO DO RELATOR

Preliminarmente, há que se frisar que, nesta Comissão, deveremos nos ater tão somente aos aspectos relacionados com a proteção dos direitos do consumidor decorrente da eventual veiculação de publicidades enganosa ou abusiva, como, ao que parece, é tratada nas proposições em apreço que pretendem coibir ou regular tal prática.

Nesse sentido, é nossa preocupação também registrar que a frequente utilização de recursos tecnológicos e programas de computadores para a manipulação de imagens veiculadas em peças publicitárias têm enganado o consumidor e o induzem aos frequentes erros na aquisição de bens e serviços.

Desse modo, como fora dito pelo autor na justificação da proposição principal em análise, é oportuno destacar que:

“Programas de edição de imagem são largamente utilizados pela imprensa e, principalmente, pelas agências de publicidade, para criar pessoas perfeitas. Manchas na pele são apagadas, rugas são cobertas, quilos a mais são extirpados. Mas, mesmo com essa intensa manipulação, é difícil a um leigo perceber que o resultado final não é uma imagem original.

Assim, são reforçados padrões de beleza que não resultam da real aparência das pessoas, e sim da manipulação de imagens por Photoshop. Não estaríamos muito preocupados com isso tudo, não fosse o fato de que exageros têm sido mais e mais cometidos. Recentemente por exemplo, uma campanha da grife Ralph Lauren utilizou imagens de uma modelo com magreza tão excessiva que poderia ser facilmente classificada como anoréxica. Ela de fato parece ser naturalmente bastante magra, mas tornou-se esquelética após uma clara manipulação digital da imagem. Uma das evidências dessa manipulação é o fato da cabeça da modelo parecer mais larga do que seus quadris. Outro exemplo é uma campanha da marca de bebidas Campari, que emagreceu digitalmente a atriz Jessica Alba. Uma comparação de sua imagem na propaganda com fotos dela tiradas em aparições públicas deixa evidente esse retoque pouco sutil. (...)”.

04F8BE9151

04F8BE9151

Com muito acerto o ilustre relator na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, Deputado Sandro Alex buscou oferecer Substitutivo, que tem por propósito incluir o tratamento legal da questão no bojo da Lei nº 8.078/90 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor - CDC), de modo a situar as restrições a esse tipo de recurso no contexto da publicidade específica para tais produtos ou serviços.

Ao ter tomado essa acertada iniciativa, o relator naquela Comissão propôs a inserção de um novo § 5º no âmbito do art. 37 do Capítulo V, Seção III, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, e equiparou a omissão da advertência à veiculação de propaganda enganosa ou abusiva, aplicando-se ao caso as penalidades previstas no art. 67 do CDC.

Parece-nos que a nova redação proposta é tecnicamente bem adequada e equaciona bem o problema abordado em ambas as proposições, a saber:

“Art. 37.....

§ 5º As imagens utilizadas em publicidade destinada a divulgar os efeitos de tratamentos e terapias, que tenham sido modificadas com o intuito de alterar características físicas de pessoas retratadas, serão acompanhadas de advertência escrita ou falada, conforme a natureza do veículo utilizado para sua divulgação, informando acerca do procedimento”.

A redação adotada pelo Substitutivo aprovado na CTCL está em harmonia com o mandamento do art. 37 do CDC, o qual pretende inibir a enganabilidade publicitária, seja ela ativa ou passiva. A doutrina que estuda o direito do consumidor entende que “o CDC não dá um salvo-conduto para o exagero. Uma vez que a afirmação do anunciante, por mais exagerada que seja, preste-se para induzir o consumidor em erro, configura-se a publicidade enganosa. Só a vagueza absoluta e inofensiva do anúncio permite a isenção da responsabilidade do fornecedor”¹. Ora, no caso em tela, é inconteste que não há qualquer “vagueza” ou “inofensividade” na peça publicitária que se utiliza de manipulação deliberada de fotos e imagens de pessoas para confundir, enganar e induzir ao erro o consumidor incauto e de boa-fé.

Há que se compreender, portanto, que o novo § 5º proposto terá um caráter complementar ao mandamento já extenso e

¹ Vasconcellos e Benjamin, Antônio Herman de. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado por seus autores. Editora Forense. Rio de Janeiro, 2011. P. 349.

claramente estudado pelos juristas que militam na seara do direito do consumidor em nosso País. Frise-se que não se quer e não se pretende aqui, absolutamente, reduzir o necessário escopo de disciplinamento que está contido no atual art. 37 e seus quatro parágrafos do CDC. Com esse intuito, parece-nos que a formulação do novo § 5º é salutar e guarda boa técnica legislativa em relação ao tema que se pretende abordar nos projetos de lei em apreciação nesta Comissão.

No tocante à única emenda apresentada nesta Comissão, de autoria do Deputado Áureo, entendemos que os objetivos propostos na nova redação que sugere aos arts. 1º e 2º do PL nº 6.853/10, já se encontram plenamente e melhor atendidos nos termos do Substitutivo aprovado na CTCL, conforme enfatizamos acima. Por tal razão, optamos por rejeitar essa emenda.

Face ao exposto, somos pela aprovação do PL nº 6.853/10, bem como da proposição apensada PL nº 704/11, nos termos do Substitutivo aprovado e adotado pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e pela rejeição da emenda modificativa, apresentada nesta Comissão, pelo Deputado Áureo.

Sala da Comissão, em de de 2013.

Deputado ROBERTO TEIXEIRA
Relator

04F8BE9151
04F8BE9151