

II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO DO CONSUMIDOR I

YURI NATHAN DA COSTA LANNES

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

EUDES VITOR BEZERRA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito do consumidor [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Eudes Vitor Bezerra

Sinara Lacerda Andrade

Yuri Nathan da Costa Lannes – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-188-3

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. II Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

O II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado em parceria com a Unichristus, apresentou como temática central “Direito, Pandemia e transformação Digital: Novos Tempos, Novos Desafios”. Esta questão suscitou intensos debates desde o início e, no decorrer do evento, com a apresentação dos trabalhos previamente selecionados, fóruns e painéis que no ambiente digital ocorreram.

Os trabalhos contidos nesta publicação foram apresentados como pôsteres no Grupo de Trabalho “DIREITO ECONÔMICO, EMPRESARIAL, DIGITAL, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO E DIREITO DO CONSUMIDOR I”, realizado no dia 04 de dezembro de 2020, que passaram previamente por dupla avaliação cega por pares. Encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos cursos de Direito pelos graduandos e também por Programas de Pós-Graduação em Direito, que retratam parcela relevante dos estudos que têm sido desenvolvidos na temática central do Grupo de Trabalho.

As temáticas abordadas decorrem de intensas e numerosas discussões que acontecem pelo Brasil, com temas que reforçam a diversidade cultural brasileira e as preocupações que abrangem problemas relevantes e interessantes.

Por oportuno, salientamos que os autores utilizaram referenciais teóricos refinados sobre a complexidade, sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização, diálogo das fontes etc., o que realça o aspecto acadêmico, científico e técnico do evento.

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma

proveitosa leitura!

Prof. Dr. Eudes Vitor Bezerra - IDEA

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes – Mackenzie

Profa. Dra. Sinara Lacerda Andrade - Unimar

As consequências da manipulação de imagens no mundo da moda e a violação ao direito à imagem e a dignidade da pessoa humana.

Flávia de Oliveira Santos do Nascimento¹

Ana Beatriz Guerra

Rebeca Carneiro Costa Moura

Resumo

Introdução: O mundo da moda e da beleza apresentam modelos e padrões que representam marcas, conduzem tendências e dão norte às expectativas da sociedade no que se refere ao comportamento, vestimenta e consumo, passando a refletir substancialmente na imagem das pessoas que consomem a publicidade e conseqüentemente procuram os serviços e produtos divulgados.

A partir disso, são utilizados métodos, como a exposição da modelagem na comunicação visual, que suporta todo tipo de manipulação, hoje mais presente nas redes sociais com alterações de imagens por softwares e aplicativos, sobretudo no conceito de beleza, revelando rostos e corpos que apresentam e muitas vezes prometem resultados impossíveis de serem alcançados, deturpando a realidade e causando confusão ao consumidor.

Em consequência, o consumidor, ao espelhar-se na imagem divulgada pela marca com excesso de retoques e ausência absoluta de indicação de modificação, projeta a sua realização a partir do que enxerga na propagação da imagem alterada. Além disso, as modelos que servem de vitrine para exposições, têm a sua imagem originária violada com a manipulação das imagens desencadeando inúmeros problemas de autoestima e saúde.

Diante disso, a distorção da imagem promove a falta de aceitação da realidade e a incansável busca pelo padrão, que apesar de existente, mostra-se irreal e extremamente cruel com grande parte dos consumidores, que permanecem com a propaganda enganosa e convivem com suas frustrações na busca incessante da beleza ideal.

Problema de pesquisa: Violação ao direito de imagem das modelos quanto as suas características físicas alteradas e distorcidas da realidade. Ausência de legislação obrigando as agências de publicidade e marcas a proceder sinalização de modificação de imagem.

Objetivo: Analisar os parâmetros utilizados acerca dos limites de manipulação de imagens e a extrema necessidade de indicação que informe a respeito da alteração da realidade, a fim de evitar propaganda enganosa no consumo e na prestação de serviços quando projetado um resultado conforme o veiculado.

Método: Utilização de revisão bibliográfica, pela análise de doutrinas jurídicas, levantamento

¹ Orientador(a) do trabalho/resumo científico

de artigos científicos, de matérias divulgadas na mídia, redes sociais e observação de casos concretos de manipulação de imagens levadas ao judiciário.

Resultados: A busca pelo padrão ideal de beleza evolui junto com a história da sociedade, sendo que em cada época um novo padrão é estabelecido de forma a nunca alcançar verdadeiramente aquilo que nos impõe. Dessa forma, a aparência se tornou um mercado a ser explorado, seja pela indústria de moda e cosméticos ou mesmo pela medicina com as inúmeras formas de intervenção cirúrgicas. Ainda, com o intuito de propagar e impulsionar o consumo de produtos e serviços, são utilizados mecanismos cada vez mais tecnológicos e avançados para promover-los, a ponto de distorcerem a realidade, como por exemplo, operando o App Photoshop, de forma a alterar o tom da pele, remover “imperfeições” (como as estrias e cicatrizes), aumentar o olhar e a boca de modelos expositoras. A incessante pressão, principalmente em relação a essas modelos pela perfeição, provoca, além de distúrbios alimentares, doenças físicas e psicológicas, o não reconhecimento da própria imagem.

Isto posto, não há na legislação brasileira regulamentação própria para o uso de softwares e aplicativos que alteram imagens utilizadas em propagandas de serviços e produtos pela indústria da moda e beleza, o que resulta na publicidade enganosa e contribui para questões relacionadas a prejudicialidade da saúde do consumidor e das expositoras, afrontando direitos fundamentais garantidos pela Constituição Federal/88 ao direito de imagem e a dignidade da pessoa humana. No entanto, vale ressaltar, que existem diversos projetos de lei em trâmite que dispõem sobre a temática trazida à exposição, porém, até a presente data, sem qualquer modificação na legislação vigente.

Por fim, importante mencionar que na França, já observado por seus governantes os efeitos dessas manipulações e preocupados com a saúde pública do país, criaram em 2017, a lei que obriga a inserção em peças publicitárias da menção, colocada em local acessível e facilmente legível, de forma a informar o consumidor de que a fotografia foi retocada. Ainda, exigem de forma complementar que as modelos forneçam atestados médicos para que possam exercer sua profissão.

Palavras-chave: Manipulação de imagem digital, Direito do consumidor, Propaganda enganosa, Direito à imagem, Fashion law

Referências

ALVES, J.M. Software de edição de imagem e o conceito de beleza na sociedade brasileira. maio 2008. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/2032>. Acesso em: 23 de setembro de 2020.

BBBC NEWS BRASIL. Publicações francesas terão “alerta Photoshop” em imagens retocadas. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41452985> Acesso em: 24 de setembro de 2020.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 23 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 10.022-A de 2018. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=E76688F68F5825A6F317BE6272B14414.proposicoesWebExterno1?codteor=1654215&filename=Avulso+-PL+10022/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.077/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=A6BA0F9A37C4659C089E2C4FA5EBA4B6.proposicoesWebExterno1?codteor=1746103&filename=Parecer-CCTCI-10-05-2019. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.119/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=7A0673FF50765A218A827B7D86C4B33F.proposicoesWebExterno2?codteor=1629993&filename=Avulso+-PL+9119/2017. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.130/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=5F68050ED8BC2007FCD03F3712AB2993.proposicoesWebExterno2?codteor=1800260&filename=Avulso+-PL+10022/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.146/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=7A6D643ADCE1A5D9525A08E299AA660C.proposicoesWebExterno2?codteor=1696073&filename=Tramitacao-PL+10022/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.154/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=B36159CACB3FBCC8B2D07DB6E689669E.proposicoesWebExterno1?codteor=1625036&filename=PL+9154/2017. Acesso em: 25 de setembro.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.189/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=4033A79903232BC774080C2ADB6A2AAD.proposic

oesWebExterno2?codteor=1630007&filename=Avulso+-PL+9189/2017. Acesso em 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.244/2017. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1636333. Acesso em 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.569/2018. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=87EFA3B55318DCD925242063831A90D5.proposicoesWebExterno1?codteor=1641445&filename=Avulso+-PL+9569/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 9.656/2018. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=F2DD38B64D6B0CA74028366BEB2F17EA.proposicoesWebExterno2?codteor=1643541&filename=Avulso+-PL+9656/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

BRASIL. Projeto de Lei nº 10.111/2018. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=986A0CB73EE72961E4EB63EB1600D6DD.proposicoesWebExterno2?codteor=1657472&filename=Avulso+-PL+10111/2018. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao/compilado.htm. Acesso em: 23 de setembro de 2020.

HEINZELMANN, Fernanda Lyrio. *Corpos que desfilam, imagens de mora e a construção de padrões de beleza*. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/747>. Acesso em: 24 de setembro de 2020.