

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 6.119, DE 2023

Apensado: PL nº 896/2024

Altera o Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre o uso fraudulento de inteligência artificial.

Autor: Deputado KIM KATAGUIRI

Relatora: Deputada GISELA SIMONA

I - RELATÓRIO

Trata-se de projeto de lei de autoria do Deputado Kim KataguiRI que altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre o uso fraudulento de inteligência artificial em peças publicitárias.

Conforme esclarece o autor, “o objetivo desse projeto de lei é punir aqueles que criam, utilizam e propagam anúncios falsos criados por inteligência artificial com uso de pessoas famosas ou anônimas com a finalidade de enganar e induzir a erro o consumidor. ”

O projeto foi distribuído às Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania (mérito e art. 54 RICD). Após a análise pelas Comissões, a proposição será objeto de apreciação pelo Plenário e seu regime de tramitação é ordinário, conforme o art. 24, inciso I e art. 151, inciso III, ambos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RICD).

A ele, encontra-se apensado o PL nº 896, de 2024, de autoria do Deputado Saullo Vianna, que dispõe sobre a Proteção contra *deepfakes* e dá outras providências.



É o relatório.

II - VOTO DA RELATORA

Temos sob análise desta CDC dois projetos de lei de suma importância para a proteção dos consumidores brasileiros.

O PL nº 6.119, de 2023, de autoria do Deputado Kim Kataguirí, tem o objetivo de alterar o Código Penal, de modo a criar o crime de fraude publicitária com uso de inteligência artificial, que terá pena de reclusão de 4 a 8 anos e multa.

Por seu turno, o PL nº 896, de 2024, de autoria do Deputado Saullo Vianna, tem o objeto mais amplo e pretende definir o que são *deepfakes* e criminalizar sua criação, disseminação, compartilhamento ou comercialização.

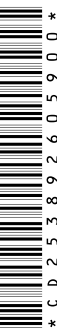
Tratam-se de temas altamente relevantes para a sociedade contemporânea e que têm gerado, cada vez mais, debates acalorados nos meios políticos, acadêmicos e jornalísticos.

Em dezembro de 2023, fomos todos surpreendidos por diversas reportagens que denunciavam o uso da imagem e da voz do reputado médico Dráuzio Varella na venda de produtos com colágeno que, supostamente, teriam benefícios estéticos. A montagem, feita com o uso de inteligência artificial, valia-se da reputação do famoso imunologista para angariar *views* nas redes sociais e impulsionar a venda do produto.

Esse é apenas um de vários casos de mau uso da inteligência artificial na tentativa de ludibriar os consumidores brasileiros.

Segundo pesquisa da *Accenture Federal Services*, divulgada em setembro de 2022, apenas 35% dos consumidores entrevistados se sentiam confiantes ou muito confiantes em sua capacidade de reconhecer ou identificar *deepfakes* em vídeos ou outros conteúdos sintéticos¹. Em outras

¹ Accenture Federal Services. Making synthetic, authentic. Federal Technology Vision 2022. SEPTEMBER 12, 2022. Disponível em <https://www.accenture.com/us-en/insightsnew/us-federal-government/synthetic-data>



palavras, 65% dos consumidores não sabiam identificar se a propaganda havia ou não feito uso de *deepfake* para promover determinado produto.

Em reportagem da Propmark², Felipe Bento, presidente da Br24, afirma que, “hoje, o sistema de construção de *deepfakes* está tão aprimorado que o reconhecimento do que é ‘true’ (verdadeiro) e do que é ‘fake’ (falso) pode se tornar uma tarefa bem difícil. Quando a *deepfake* nasceu, em 2014, aproximadamente, seu uso era mais complicado, devido à exigência de conhecimentos avançados em tecnologia, contudo, conforme a tecnologia foi avançando, soluções mais fáceis para produzir *deepfakes* foram surgindo”.

Por isso, a iniciativa do Deputado Kim Kataguirí de conferir especial proteção aos consumidores, no que toca os *deepfakes*, é correta e justificada.

Atualmente, o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 67, prevê pena de detenção de três meses a um ano e multa no caso de promoção publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. Estipular uma pena maior nas hipóteses de uso de inteligência artificial para ludibriar os consumidores é uma estratégia necessária para desestimular o crescente uso da tecnologia de forma contrária ao bem-estar do consumidor brasileiro.

Quanto à proposição apensada, ainda que o objeto do PL nº 6.119, de 2023, tenha maior e mais direta correlação com o campo temático desta CDC, nem por isso o PL nº 896, de 2024, escapa ao nosso escopo. Por isso, dada a afinidade temática de ambos, acredito que, com a união de ambos em um Substitutivo, teremos uma norma mais coerente e completa.

² PROPMARK. 65% dos consumidores não conseguem reconhecer uma imagem falsa, aponta pesquisa. 13 de julho de 2023. Disponível em <https://propmark.com.br/65-dos-consumidores-nao-conseguem-reconhecer-uma-imagem-falsa-aponta-pesquisa/>



Pelos motivos acima externados, somos pela APROVAÇÃO do PL nº 6.119, de 2023, e do PL nº 896, de 2024, na forma do Substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputada GISELA SIMONA
Relatora



COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PL Nº 6.119, DE 2023 (APENSADO: PL Nº 896/2024)

Dispõe sobre a proteção contra uso fraudulento de inteligência artificial na manipulação de imagens, sons e outros dados de mídia, altera o Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a proteção contra uso fraudulento de inteligência artificial na manipulação de imagens, sons e outros dados de mídia, altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Parágrafo único. Esta Lei tem por objetivo proteger a integridade e a privacidade dos indivíduos, especialmente crianças e adolescentes, contra os danos causados pela criação, utilização, comercialização e disseminação de imagens, sons e outros dados de mídia manipulados com o uso de inteligência artificial com o intuito de difamar, enganar ou de qualquer forma gerar prejuízos.

Art. 2º. O art. 141 do Decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 141.

.....

§ 3º Se o crime é cometido valendo-se da criação, utilização, comercialização e disseminação de imagens, sons e outros



dados de mídia manipulados com o uso de inteligência artificial, aplica-se a pena em quádruplo. ” (NR)

Art. 3º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 67-A. Criar, utilizar, comercializar ou disseminar imagens, sons e outros dados de mídia manipulados com o uso de inteligência artificial com a finalidade de manipular, enganar e induzir a erro consumidores.

Pena - reclusão, de 4 (quatro) a 8 (oito) anos, e multa.” (NR)

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

Sala da Comissão, em de de 2025.

Deputada GISELA SIMONA
Relatora



PROJETO DE LEI Nº....., 2023

(Do Sr. Kim Kataguiri)

Altera o Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre o uso fraudulento de inteligência artificial.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre o uso fraudulento de inteligência artificial

Art. 2º O Decreto-Lei nº 2848, de 07 de dezembro de 1940, passa a vigorar acrescido do seguinte dispositivo:

Fraude publicitária com uso de inteligência artificial

“Art.171-B Criar, utilizar e propagar vídeos de pessoas famosas ou anônimas criados por inteligência artificial com a finalidade de manipular, enganar e induzir a erro consumidores” (NR)

Pena - reclusão, de 4 (quatro) a 8 (oito) anos, e multa

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

JUSTIFICATIVA

O objetivo desse Projeto de lei é punir aqueles que criam, utilizam e propagam anúncios falsos criados por inteligência artificial com uso de pessoas famosas ou anônimas com a finalidade de enganar e induzir a erro o consumidor.

Tem se tornado cada vez mais frequente a veiculação de anúncios que prometem curas milagrosas, ganhos exorbitantes em pouco tempo, remédios que resolvem qualquer sintoma, etc. O lado mais perverso desse crime é a criação, por inteligência artificial, de pessoas famosas falando sobre um determinado produto e induzindo o consumidor a comprar já que a sua presença agrega credibilidade a propaganda veiculada.

No Brasil, não há legislação sobre o uso de inteligência artificial o que dificulta o trabalho das autoridades em punir. O mesmo se diz em relação aos órgãos responsáveis



pela autorregulamentação publicitária que também não regulamentaram o uso da inteligência artificial na veiculação de propagandas.

A falta de regras é o ambiente perfeito para atuação de criminosos que lucram alto com o uso da inteligência artificial cujo objetivo único é enganar as pessoas.

Diante do exposto, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das sessões, 19 de dezembro de 2023.

Deputado KIM KATAGUIRI
(UNIÃO/SP)

