



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.119, DE 2024

(Do Sr. Emanuel Pinheiro Neto)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, obrigando os provedores de aplicações de internet a removerem os conteúdos publicitários divulgados por meio das suas plataformas que utilizem imagens ou vozes falsas de pessoas para promover o anúncio de produtos e serviços.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-841/2024, APENSADO AO PL 10.022/2018. POR OPORTUNO, TENDO EM VISTA A EDIÇÃO DA RESOLUÇÃO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS N. 1, DE 08 DE FEVEREIRO DE 2023, REVEJO O DESPACHO DE DISTRIBUIÇÃO APOSTO AO PROJETO DE LEI N. 10.022/2028, PARA ENCAMINHÁ-LO À COMISSÃO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO (CCTI) EM SUBSTITUIÇÃO À COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA (CCTCI), EXTINTA PELA MESMA RESOLUÇÃO. ESCLAREÇO AINDA QUE, TENDO PARECERES APROVADOS NA ANTIGA CCTCI; E NA COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC); A MATÉRIA PERMANECERÁ EM TRAMITAÇÃO NA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (CCJC).

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024

(Do Sr. EMANUEL PINHEIRO NETO)

Altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, obrigando os provedores de aplicações de internet a removerem os conteúdos publicitários divulgados por meio das suas plataformas que utilizem imagens ou vozes falsas de pessoas para promover o anúncio de produtos e serviços.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 – Marco Civil da Internet –, obrigando os provedores de aplicações de internet a removerem os conteúdos publicitários divulgados por meio das suas plataformas que utilizem imagens ou vozes falsas de pessoas para promover o anúncio de produtos e serviços.

Art. 2º A Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 21-A:

“Art. 21-A. O provedor de aplicação que divulgar anúncio publicitário gerado por terceiros que contenha imagens, vídeos ou áudios de pessoas manipulados, sem autorização de seus participantes, deverá torná-lo indisponível, independentemente de ordem judicial, desde que provocado mediante notificação específica apresentada pelo participante da cena que contiver a imagem, vídeo ou áudio manipulado, ou por seu representante legal.

§ 1º A remoção do conteúdo deverá se dar de forma diligente pelo provedor, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço.



§ 2º A notificação de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do anúncio e a verificação da legitimidade para apresentação do pedido.

§ 3º O provedor de aplicação deverá oferecer canal eletrônico de comunicação de fácil acesso que permita ao usuário a apresentação da notificação.

§ 4º Em caso de descumprimento ao disposto no caput, o provedor será responsabilizado subsidiariamente pelos danos decorrentes dos conteúdos disponibilizados.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor 30 (trinta) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As aplicações desenvolvidas com o uso da inteligência artificial têm sido responsáveis por profundas transformações nas mais diversas esferas da vida humana, com impactos sobre as relações de trabalho, os modos de produção e até mesmo a forma como as pessoas interagem. Apesar do seu poder disruptivo e dos seus inegáveis benefícios, as ferramentas de inteligência artificial também oportunizam a aplicação de golpes no meio eletrônico, introduzindo novos desafios para as autoridades instituídas.

É certo e sabido, que a *Deepfake* é uma técnica que permite alterar um vídeo ou foto com ajuda de inteligência artificial (IA), ademais, *deepfake* é uma das formas mais eficazes de enganar, ao colocar, em vídeo, pessoas a exprimirem palavras que nunca disseram, ou mesmo substituir caras, criando, assim, situações falsas, sendo este um grande problema potencializado pelo uso da internet.

No mercado publicitário, em especial, golpistas têm se aproveitado da ampla oferta de aplicativos de inteligência artificial que permitem a manipulação da voz e da imagem de pessoas, as chamadas *deepfake*, para elaborar falsos anúncios de produtos e serviços, supostamente

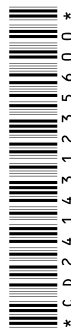


recomendados por personalidades conhecidas e de grande credibilidade junto à opinião pública, como cientistas de renome, artistas famosos e jornalistas de popularidade nacional.

A emergência dessa prática ilícita tem gerado grande preocupação não somente pelos graves prejuízos que causam à imagem das personalidades diretamente envolvidas nas fraudes, mas principalmente pela ação lesiva cometida contra economia popular, que é ludibriada com a proliferação de propagandas enganosas. Essa preocupação é amplificada na medida em que gera efeitos nefastos sobre a própria democracia, diante do crescente registro de conteúdos de *deepfake* contendo imagens inautênticas de personalidades públicas apoiando correntes políticas e seus representantes.

Uma das principais dificuldades apontadas pelos especialistas para coibir o avanço dessas condutas criminosas decorre da inexistência de uma legislação que obrigue as grandes plataformas de internet a agirem de forma mais diligente no combate à disseminação de anúncios falsos. Sob o prisma dessas empresas, de fato, não há incentivo natural para que atuem de forma mais célere e efetiva no combate à divulgação de propagandas fraudulentas. Isso porque, ao mesmo tempo em que são remunerados pelos anunciantes, os provedores também são beneficiados pelos efeitos decorrentes da viralização de conteúdos que supostamente contariam com a participação de celebridades, realimentando o ciclo de engajamento e de retorno com publicidade.

O objetivo da presente proposição, portanto, é suprir essa lacuna da legislação brasileira, ao obrigar os grandes provedores digitais a removerem das suas plataformas os anúncios que contenham as chamadas *deepfake*, imagens manipuladas de pessoas – sejam elas anônimas ou com notória popularidade – sem necessidade de ordem judicial, ao contrário do que ocorre hoje. Além disso, para conferir viabilidade prática à proposta e não onerar desproporcionalmente as empresas, o projeto determina que a remoção desses conteúdos ficará condicionada à apresentação de notificação pelas pessoas cuja imagem ou voz é utilizada, de modo a não obrigar os provedores a supervisionar diretamente todo e qualquer anúncio veiculado em sua plataforma, o que do contrário poderia sobrecarregá-los.



Em complemento, é oportuno registrar que, em termos procedimentais, o projeto não inova ou introduz dificuldades intransponíveis para os provedores. Sistemática semelhante à proposta pelo projeto já se encontra em vigência desde a publicação do Marco Civil da Internet, em 2014. Na oportunidade, os provedores passaram a ser obrigados a tornar indisponíveis, sem necessidade de ordem judicial, os conteúdos contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado, sem autorização de seus participantes – dispositivo criado para combater a chamada “pornografia da vingança”, entre outros delitos. Dessa forma, a aprovação da proposição não representará ônus adicional significativo para os provedores, mas apenas um ajuste incremental em suas plataformas.

Considerando, pois, a relevância da matéria tratada no projeto ora apresentado e os potenciais efeitos positivos da sua aprovação, solicitamos o apoio dos nobres pares para o seu acolhimento.

Sala das Sessões, em de de 2024.

Deputado EMANUEL PINHEIRO NETO





CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 12.965, DE 23 DE
ABRIL DE 2014**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:201404-23:12965>

FIM DO DOCUMENTO