

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 Kataguiri, 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 Kataguiri 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

