



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador Chico Rodrigues

REQUERIMENTO Nº DE

Senhor Presidente,

Requeiro, nos termos regimentais, o desapensamento do PL 145/2024, que “altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para regular o uso de ferramentas de inteligência artificial para fins publicitários e coibir a publicidade enganosa com uso dessas ferramentas”, por tratar de matéria diversa.

JUSTIFICAÇÃO

O PL 145/2024, de minha autoria, foi apensado ao PL 2338/2023 e outros. Essas matérias possuem em comum o tema da Inteligência Artificial (IA) e tramitam na Comissão Temporária Interna sobre Inteligência Artificial no Brasil (CTIA). Porém, a maioria dos projetos apensados propõem princípios para regulamentação da IA e ferramentas de gestão e mitigação de riscos no uso dessa poderosa ferramenta.

No mesmo sentido, o relatório da CTIA, apresentado em 18/06/2024, prevê uma regulamentação abrangente e genérica para a IA, com voto pela aprovação do PL 2338/2023, do Senador Rodrigo Pacheco, na forma de substitutivo. Os demais projetos que tramitam em conjunto restariam prejudicados, apesar de o substitutivo não contemplar o mérito do PL 145/2024, que é diverso.

O tema da IA é muito abrangente e traz inúmeros desdobramentos, não sendo adequado o apensamento de proposições variadas, que abordam aspectos



legais distintos. É o caso do PL 145/2024, que visa combater diretamente os crimes e golpes virtuais cometidos com uso de vídeos com imagem e voz de terceiros manipulados por IA, as chamadas *deepfakes*. São vídeos que circulam nas redes sociais e aplicativos de mensagem com imagem e voz de pessoas reais, mas com falas manipuladas por IA, oferecendo produtos e vantagens falsos.

Meu projeto altera o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990) para disciplinar o uso de IA em anúncios publicitários e a caracterização como publicidade enganosa, uma vez não observadas as regras definidas em lei, como consentimento prévio do titular do direito de imagem e informação ostensiva ao consumidor de uso de IA no anúncio. O objetivo da matéria é adequar o CDC, de 1990, aos novos desafios da publicidade enganosa na era da IA.

Como o próprio relatório da CTIA enfatiza, o PL 145/2024 traz uma abordagem “mais prescritiva e voltada para aspectos específicos da inteligência artificial”. Trata-se de alteração em legislação específica para combater os malefícios já conhecidos da IA, como é o caso das *deepfakes*. Como o CDC não traz previsões sobre o uso da IA em anúncios publicitários, faz-se necessário ampliar o conceito de publicidade enganosa para abarcar as *deepfakes*, evitando insegurança jurídica e danos ao consumidor, que acaba ficando sem ter a quem recorrer.

Dessa forma, entendemos que o PL 2338/2023, bem como o substitutivo apresentado na CTIA contribuem para uma regulamentação geral e abrangente da IA, mas não combatem questões específicas nas legislações pertinentes, como é o caso do impacto das *deepfakes* no âmbito consumerista.

Por todo o exposto, o PL 145/2024, de minha autoria, deveria voltar a ter tramitação autônoma, para que tenhamos a oportunidade de discutir as necessárias atualizações em leis específicas, como o Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo de uma regulamentação mais abrangente da IA. É necessário conciliar uma regulamentação mais abrangente e flexível — capaz de permitir um ambiente favorável à inovação e de se adaptar aos avanços de uma



tecnologia em plena expansão — com medidas específicas capazes de combater rigorosamente malefícios já conhecidos, como é o caso das *deepfakes*.

Sala das Sessões, 10 de junho de 2024.

Senador Chico Rodrigues
(PSB - RR)

