NOTA INFORMATIVA

OBRIGAÇÕES DE TRANSPARÊNCIA DE SISTEMAS DE IA - COMISSÃO EUROPEIA

26 de novembro de 2026

A Comissão Europeia publicou, em 12 de novembro, orientações sobre as obrigações de transparência do artigo 50.º do Regulamento (UE) 2024/1689, o Regulamento Inteligência Artificial (RIA), as quais, embora não sejam vinculativas, esclarecem como cumprir as obrigações **aplicáveis desde 2 de agosto de 2026**, sem prejuízo do regime transitório específico referido adiante.

As orientações são relevantes para quaisquer organizações que disponibilizem assistentes, produzam publicidade ou publiquem informação com recurso a IA, na medida em que a utilização de IA no atendimento, na publicidade e na comunicação das organizações pode exigir que as pessoas sejam informadas de que interagem com um sistema de IA ou de que um conteúdo foi artificialmente gerado ou alterado. Contudo, **nem todas as utilizações estão sujeitas às mesmas obrigações**, dependendo o enquadramento das funcionalidades, da utilização concreta e do papel da organização, não apenas do setor de atividade.

i. Quem fornece o sistema e quem o utiliza têm obrigações diferentes

O primeiro passo é identificar o papel da organização. O **fornecedor** é quem desenvolve, ou manda desenvolver, um sistema de IA e o coloca no mercado ou serviço sob o seu nome ou marca, e a quem compete incorporar no sistema os mecanismos de transparência aplicáveis. Se o sistema interagir diretamente com pessoas, deve ser concebido de forma que estas sejam informadas de que estão a interagir com IA, salvo se for aplicável uma exceção legal, designadamente por essa natureza artificial ser evidente. Se gerar ou alterar conteúdos abrangidos pelo artigo 50.º, n.º 2, isto é, texto, imagem, áudio ou vídeo gerados ou manipulados por IA, deve assegurar a sua **marcação técnica e deteção como conteúdos de origem artificial**, sem prejuízo das exceções aplicáveis.

Já o **responsável pela implantação**, isto é, a entidade que utiliza o sistema sob a sua autoridade, decide para que finalidade e de que forma este é utilizado. Não é necessário controlar tecnicamente o seu funcionamento, mas cabe-lhe, nos casos abrangidos, informar as pessoas sobre reconhecimento de emoções ou categorização biométrica e divulgar a origem artificial de *deepfakes* e determinados textos de interesse público. **A mesma organização pode acumular os dois papéis**, se, por exemplo, desenvolver um sistema de IA e o utilizar para criar *deepfakes*, terá de assegurar tanto a marcação técnica dos conteúdos, enquanto fornecedora, como a informação percetível pelo público, enquanto entidade que utiliza o sistema.

ii. *Chatbots* e assistentes: a informação deve acompanhar a interação

Nos termos do artigo 50.º, n.ºs 1 e 5, os fornecedores devem conceber os sistemas de interação direta de modo a informar expressamente cada pessoa de que está a interagir com IA, **o mais tardar no início da interação**. A Comissão exemplifica com uma mensagem inicial num *chatbot* ou um aviso verbal num assistente telefónico. **Não basta a palavra "assistente", ou uma referência genérica à utilização de IA. Pode utilizar-se, por exemplo, a mensagem: "Está a interagir com um sistema de inteligência artificial."**

O aviso deve ser claro, facilmente identificável e adaptado ao público previsível, incluindo pessoas com menor literacia digital. Em regra, um aviso destacado antes da primeira interação será suficiente. Contudo, em contextos com maior risco de induzir as pessoas em erro, como aconselhamento de saúde ou financeiro, seguros e gestão de reclamações, **podem ser necessários lembretes periódicos** para assegurar que continuam conscientes de que estão a interagir com IA.

É também relevante distinguir a interação direta do mero apoio ao trabalhador: quando um profissional utiliza IA para preparar uma resposta que efetivamente revê e envia ao cliente, sendo ele o interlocutor, não existe, em princípio, interação direta entre o cliente e o sistema para efeitos desta obrigação. **A mera possibilidade de intervenção humana não basta para afastar o dever de informar.**

iii. Marcação técnica: o que significa e quando é exigida?

O artigo 50.º, n.º 2, exige aos fornecedores de sistemas que gerem ou alterem texto, imagem, áudio ou vídeo abrangidos por esta disposição duas medidas cumulativas: **inserir uma marca legível por máquina** e **disponibilizar meios que permitam detetar a origem artificial**. A marca pode assumir a forma de metadados ou de uma marca de água digital, não necessariamente visível. Não basta, portanto, inserir informação técnica no ficheiro se não existirem meios para a detetar.

A Comissão distingue a criação ou alteração substancial da edição corrente. Resumos gerados por IA, substituições de rostos ou reformulações que alterem substancialmente o significado e a estrutura exigem marcação. Correções ortográficas, pequenos ajustes estilísticos e operações técnicas sem alteração substancial beneficiam, em princípio, das exceções. As orientações incluem o processamento ou reconstrução técnica de imagem médica em dispositivos médicos entre os exemplos abrangidos pela exceção.

Esta marcação não se confunde com o aviso ao público: quando seja obrigatório identificar um *deepfake* ou um texto de interesse público, a organização que utiliza IA não pode limitar-se a confiar em metadados que o destinatário não consegue ver.

iv. *Deepfakes*: não se limitam à reprodução de pessoas reais

Para efeitos do artigo 50.º, n.º 4, os *deepfakes* são conteúdos de imagem, áudio ou vídeo gerados ou alterados por IA que reproduzam de forma apreciável pessoas, objetos, lugares, entidades ou acontecimentos e possam **aparentar falsamente autenticidade ou veracidade**. A avaliação depende do conteúdo, do contexto e do público previsível; **não exige intenção de enganar**.

As orientações incluem exemplos relevantes para a comunicação empresarial: um vídeo com um avatar realista de um dirigente dirigido aos trabalhadores ou imagens publicitárias que possam induzir em erro sobre a aparência, características ou utilização efetivas de um produto. Em contrapartida, mostrar um automóvel real num cenário gerado por IA pode não constituir um *deepfake* se não induzir em erro quanto ao produto ou à sua utilização.

Quando o conteúdo constitua um *deepfake*, **a sua origem artificial deve ser indicada de forma percetível**, por exemplo através de um aviso visível ou audível. As obras evidentemente artísticas, criativas, satíricas ou ficcionais beneficiam de uma forma de divulgação adaptada à sua apresentação, não de uma dispensa. Uma campanha publicitária não beneficia automaticamente desse regime por envolver criatividade.

v. Textos de interesse público: a revisão humana tem de ser substantiva

O artigo 50.º, n.º 4, exige também a identificação de textos gerados ou alterados por IA **publicados para informar o público sobre matérias de interesse público**. Podem estar abrangidos relatórios empresariais com informação para investidores e conteúdos sobre saúde pública, ambiente ou segurança dos consumidores. A publicidade e as descrições de produtos não estão automaticamente incluídas, mas podem estar quando contenham alegações sobre saúde, segurança ou sustentabilidade. As comunicações internas não são consideradas publicações para este efeito.

A divulgação da origem artificial pode ser dispensada se existirem, cumulativamente, **revisão humana ou controlo editorial efetivos** e **uma pessoa singular ou coletiva que assuma a responsabilidade editorial pela publicação**. Não basta corrigir a gramática ou aprovar superficialmente o texto: é necessário analisar a substância e verificar a exatidão da informação.

A Comissão exemplifica com relatórios de sustentabilidade revistos por profissionais das funções relevantes. Se, depois dessa revisão, a IA voltar a alterar substancialmente o texto, a exceção deixa de se aplicar. Na prática, **a revisão deve abranger a versão final que será publicada**, e não apenas uma versão intermédia.

vi. Emoções, biometria e proteção de dados: informar não basta

Quem utilize sistemas para identificar ou inferir emoções com base em dados biométricos, ou para classificar pessoas em categorias a partir desses dados, **deve informar todas as pessoas expostas ao seu funcionamento, o mais tardar na primeira exposição**. O artigo 50.º, n.º 3, abrange tanto a análise em

tempo real como a análise posterior, incluindo, por exemplo, a classificação por idade ou género baseada em dados biométricos.

Este dever não torna lícita uma utilização proibida. É necessário verificar previamente as proibições do artigo 5.º do RIA, designadamente em matéria de reconhecimento de emoções no trabalho e no ensino, e os requisitos aplicáveis aos sistemas de risco elevado.

Mantêm-se igualmente as obrigações de proteção de dados. **Informar sobre a utilização de IA não substitui o fundamento de licitude, a informação sobre o tratamento de dados pessoais ou as demais garantias aplicáveis**. A utilização de imagens ou vozes de pessoas identificáveis exige essa avaliação adicional. Também a marcação e deteção devem respeitar a minimização, a segurança e a proteção de dados desde a conceção: o objetivo é identificar a origem artificial do conteúdo, não o seu autor.

vii. Datas, consequências e medidas práticas

As orientações referem que o AI Omnibus, recentemente adotado, prevê um período transitório **até 2 de dezembro de 2026** para as obrigações de marcação e deteção dos fornecedores de sistemas generativos colocados no mercado ou em serviço antes de 2 de agosto de 2026. **Este regime não corresponde a um adiamento geral do artigo 50.º**: a obrigação de identificar a interação direta com IA mantém-se aplicável desde 2 de agosto de 2026.

O incumprimento das obrigações de transparência pode originar **coimas até 15 milhões de euros ou, para empresas, 3% do volume de negócios anual mundial do exercício anterior**, consoante o montante mais elevado. Para pequenas e médias empresas, incluindo empresas em fase de arranque, aplica-se o menor dos limites, atendendo sempre às circunstâncias do caso.

Como medidas práticas, recomendamos **identificar os sistemas utilizados e o papel da organização** em cada caso; **rever os avisos de atendimento e a identificação de conteúdos**; confirmar com os fornecedores as soluções de marcação e deteção; e **assegurar a revisão substantiva dos textos de interesse público antes da publicação**. Esta avaliação deve ser articulada com proteção de dados, comunicação, recursos humanos e as áreas responsáveis pelas utilizações concretas.

SPS-Barrilero permanece ao dispor dos seus clientes e parceiros para qualquer apoio pretendido na matéria. Caso pretenda obter informaçoes adicionais sobre este tema, contacte **Sara Henriques – sara.henriques@sps-barrilero.com** e/ou **Mariana Duarte Nemésio – mdnemesio@sps-barrilero.com**.

A presente nota destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e tem carácter meramente informativo, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Nota Informativa não pode ser reproduzido, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor.
Para mais questões consulte por favor a nossa Política de Privacidade disponível em www.sps-barrilero.com, onde poderá consultar, nomeadamente, a forma de exercício de direitos (através do envio de e-mail para info@sps-barrilero.com).