
O futuro da autoria de livros frente a Inteligência Artificial¹

Danusa OLIVEIRA²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

A adesão a ferramentas integradas a Inteligência Artificial (IA) se mostrou rápida e crescente, impactando diferentes segmentos, inclusive o do mercado editorial livreiro. Essa breve pesquisa busca refletir sobre o futuro da autoria de livros a partir de um teste experimental onde o próprio ChatGPT é questionado sobre esse contexto. Padrões de respostas foram mapeados e analisados, além do diálogo criado a partir de autores como Lev Manovich e Lucia Santaella. Percebeu-se que a IA aponta que os benefícios para os autores e para o mercado livreiro podem também se tornar um prejuízo para os mesmos se as editoras não criarem estratégias para um uso ético dessa tecnologia.

PALAVRAS-CHAVE: mercado editorial; livros; autor; algoritmo; IA.

INTRODUÇÃO

Na obra intitulada *Não contem com o fim do livro* (2010), o autor e filósofo Umberto Eco levantou uma série de questões ligadas às mudanças enfrentadas pelo mercado editorial livreiro, refletindo sobre a força e resistência do livro impresso frente aos livros digitais. Contudo, tais questionamentos foram realizados com o propósito de instigar o leitor, fazendo-o refletir sobre os aprendizados que a história nos proporciona, pois a indagação sobre a morte do livro já ocorreu ao longo do tempo, como no caso do surgimento do jornal, em formato de periódico, que chegou a ser considerado uma ameaça às obras literárias no século XVII. No entanto, “cada mutação (a aparição do codex, a invenção da imprensa, as revoluções da leitura) produziu uma coexistência original entre os antigos objetos e gestos, e as novas técnicas e práticas.” (CHARTIER, 2020, p. 69). Porém, se em 2010, a tecnologia que mais causou inquietação no mercado livreiro foi o lançamento do Ipad da Apple, atualmente, o que tem gerado receio aos profissionais ligados ao livro é a rápida adesão à Inteligência Artificial (IA). Mas, diferente do Ipad que nasceu como um aparelho portátil e multifuncional, a Inteligência Artificial, entre suas muitas funções, mostra-se como uma ferramenta que auxilia a automatizar escolhas, gerando recomendações a partir do perfil do usuário

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no programa de pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da PUCRS, docente da Escola de Comunicação, Artes e Design - FAMECOS da PUCRS. E-mail: danusa.oliveira@pucrs.br

(MANOVICH, 2019). Tal ferramenta já ganhou espaço em diferentes plataformas, sendo adotada por grandes empresas de tecnologias como elemento integrante de softwares, sites e lojas virtuais. Em relação a área criativa, pode-se dizer que a IA contribui para automatizar os processos criativos e produzir, por exemplo, conteúdos imagéticos com estéticas fotográficas impecáveis que podem ser utilizadas como resultado final, ou como inspiração para se gerar mais ideias, por parte dos profissionais que trabalham com produção cultural (MANOVICH, 2019). Quanto a esse assunto, a autora Lucia Santaella (2023) chega a questionar o motivo da IA gerar desconforto e responde do seguinte modo:

Distinta das muitas tecnologias da comunicação e informação, provenientes da revolução industrial e pós-industrial, a IA desafia a noção que o humano tem de si mesmo, obrigando-nos a buscar conceitos novos e mais adequados sobre nós mesmos. Pensar sobre a IA hoje é simultaneamente pensar sobre o humano. Em que medida ela ajuda o humano a se redescobrir. (2023, n.p)

Conseqüentemente, é inevitável o impacto provocado por essa tecnologia nos mais diferentes segmentos, inclusive no mercado editorial livreiro. Diferente de outros cenários onde a discussão, geralmente, manteve-se em torno da existência ou morte do livro impresso, dessa vez o questionamento passa a ser outro, pois o uso da IA não se mostra uma ameaça ao livro impresso e tão pouco aos livros digitais. Ao contrário, com tal tecnologia é possível que muitas histórias sejam criadas, desenvolvidas e distribuídas com mais facilidade e rapidez. Por isso, se o autor Umberto Eco, em algum momento, se mostrou confiante de que o livro não teria um fim, o que diria ele sobre o futuro da autoria dos livros? Seria o fim dos autores? Ou, da mesma forma que livros impressos e livros digitais estão coexistindo, os autores humanos tendem a coexistir com obras que são desenvolvidas, em sua totalidade, por IA? Mesmo que conteúdos escritos por seres humanos e conteúdos desenvolvidos a partir de IA possam conviver e atuar no mesmo espaço, o cenário não se mostra claro o suficiente para que editoras e autores entendam como será esse funcionamento e o real desdobramento para os escritores. Por isso a relevância de se pensar na figura do autor e nos desafios que tende a enfrentar.

USO E TESTAGEM DO MODELO CHATGPT

Com o intuito de refletir sobre o futuro da autoria dos livros frente a inserção da IA no campo editorial, essa pesquisa se utilizou da própria Inteligência Artificial para

responder algumas inquietações ligadas a esse universo. Para tanto, tomou-se como ferramenta um modelo de ChatGPT na versão web programado pelos grupos de pesquisa Ubitec, Jedi e Vidica, ligados à pós-graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). A oportunidade de utilização desse modelo de ChatGPT se deu a partir de uma atividade colaborativa desenvolvida na pós-graduação da Escola de Comunicação, Artes e Design - FAMECOS da PUCRS, especificamente na disciplina *Convergência e Ubiquidade Midiática*, ministrada pelo professor Eduardo Campos Pellanda, também um dos profissionais responsáveis pelo grupo de pesquisa Ubitec, mencionado anteriormente. Tal versão do ChatGPT liberada para o uso em sala de aula permitia que as buscas não sofressem a mesma interferência de dados se comparado a outras plataformas e sites com IA já utilizados pelo usuário. E a proposta da atividade coletiva foi a de elaborar três perguntas relacionadas ao objeto de estudo de cada discente, a fim de que tais questões fossem realizadas com frequência e em determinado horário, para se registrar o tipo de retorno e resposta fornecido pela IA.

Então, a partir de uma pesquisa exploratória (SAMPIERI; CALLADO; LUCIO, 2013), três perguntas vinculadas ao mercado livreiro foram lançadas a esse modelo ChatGPT por 11 dias consecutivos dentro da mesma faixa de horário (de 30/05/24 a 09/06/24 - entre 22h30 e 23h). Vale apontar que as perguntas desenvolvidas foram embasadas na incerteza quanto aos desdobramentos que o uso da IA pode provocar dentro do mercado editorial livreiro de forma geral, assim como em relação à figura do autor. Portanto, segue a estrutura das questões: **(1)** *De que forma a Inteligência artificial pode beneficiar o mercado editorial livreiro?*; **(2)** *De que forma a Inteligência artificial pode prejudicar o mercado editorial livreiro?*; **(3)** *Como o ChatGPT consegue escrever uma história completa de uma obra literária quando o solicitam para fazer isso?*

Assim, as respostas obtidas foram organizadas no formato de tabela marcada por dia, hora e pergunta, sendo viável mapear termos, palavras e estruturas iguais ou semelhantes. Após esse mapeamento, realizou-se um cruzamento das informações buscando-se compreender se existia uma padronização ou mensagem comum encontrada nas respostas. Além disso, a base para as reflexões também se originaram da leitura de autores renomados como Roger Chartier (2020), Lucia Santaella (2023) e Lev Manovich (2019). Logo, o próximo tópico aborda o resultado de tal cruzamento e quais

indicadores foram percebidos no texto entregue pela IA no que tange às mudanças que tendem a impactar o papel do autor dentro do mercado editorial livreiro.

RESULTADO E CONSIDERAÇÕES

É válido esclarecer que a estrutura das respostas para as perguntas (1) e (2) foram entregues pela IA em forma de itens, não ultrapassando 6 itens para cada retorno. Apenas a pergunta (3) gerou respostas em estrutura de parágrafos. Essa forma de estrutura contribuiu para a separação e síntese dos principais termos e palavras-chaves repetidas ao longo dos textos, obtendo-se estes itens como resultado: **Pergunta (1) *De que forma a Inteligência artificial pode beneficiar o mercado editorial livreiro?***: (a) Recomendação personalizada, (b) Análise de dados, (c) Automação de processo, (d) Criação de conteúdo, (e) Previsão de demanda, (f) Tradução automática, (g) Melhoria de experiência do usuário, (h) Otimização de preço, (i) Análise de tendência, (j) melhoria na produção e distribuição, (k) Análise de sentimentos, (l) Aumento da descoberta de novos leitores. **Pergunta (2) *De que forma a Inteligência artificial pode prejudicar o mercado editorial livreiro?***: (a) Recomendações personalizadas, (b) Produção de conteúdo automatizada, (c) Previsão de tendências, (d) Concorrência com autores independentes, (e) Redução de custos e preços, (f) Aumento da pirataria, (g) Substituição de profissionais, (h) Desvalorização da criatividade humana, (i) Concorrência com autores e editoras tradicionais, (j) Desintermediação, (k) Viés algorítmico, (l) Preços e acesso, (m) Plágio, (n) Manipulação da opinião pública. Já em relação à **Pergunta (3), *Como o ChatGPT consegue escrever uma história completa de uma obra literária quando o solicitam para fazer isso?***, temos o resultado abaixo:

- a) O ChatGPT tem a capacidade de processar e gerar texto com base nas informações fornecidas durante a interação, ou seja, usa o contexto e os detalhes fornecidos pelo usuário para desenvolver uma narrativa coerente e envolvente;
- b) Foi treinado em uma ampla variedade de textos, incluindo obras literárias, o que lhe permite gerar texto que segue estilos e estruturas comuns encontrados na literatura;
- c) Consegue escrever uma história completa de uma obra literária quando solicitado através de um processo chamado de "completamento de texto". Ele utiliza uma combinação de Inteligência Artificial, aprendizado de máquina e capacidade de processamento de linguagem natural para gerar continuamente texto coerente e relevante com base nas informações fornecidas.

Com esse cenário em mente, é possível perceber alguns pontos importantes, como o fato dos benefícios e prejuízos da IA no mercado editorial terem itens idênticos,

mostrando, por exemplo, que a **recomendação personalizada**, por meio da análise do comportamento e das preferências do leitor, pode contribuir para que esse sintasse atendido e compreendido em suas necessidades. No entanto, da mesma forma, essa varredura que o algoritmo permite pode ser um forte elemento de influência nas escolhas do leitor, reduzindo não somente a possibilidade de diversidade nas leituras como também a descoberta de novos autores, por recomendar, especificamente, o que o usuário tende a gostar. Do mesmo modo, a **produção de conteúdo** que a IA oferece permite facilidade e agilidade na produção de textos e imagens, possibilitando maior distribuição de materiais complementares. Porém, essa produção automatizada pode gerar uma saturação de conteúdo no mercado, dificultando que editoras e autores, principalmente os independentes, consigam ganhar espaço e destaque nas redes sociais, ainda mais os que apresentarem um conteúdo diversificado como divulgação.

Também vale destacar que um dos itens considerado favorável na pergunta (1) é a chamada **análise dos sentimentos**, porque isso significa que a IA tem a capacidade de analisar e avaliar o perfil e a personalidade do leitor por meio das resenhas, comentários, críticas literárias, feedbacks sobre as obras, viabilizando estratégias para atender o leitor e também fazer com que um determinado autor possa ajustar e trabalhar o seu texto para ter melhor recepção do público quanto ao livro lançado. Em relação aos prejuízos, cabe um destaque para o **viés algorítmico**, pois está relacionado a análise de sentimentos mencionada, visto que os algoritmos podem afetar, não somente as recomendações, como também excluir e retirar de circulação determinados títulos que não conseguem ter espaço para exposição.

Acerca da pergunta (3) que indaga sobre o potencial da IA gerar textos para a realização de obras literárias, é confirmado que a forma com que o leitor solicita as histórias soma-se à inserção de referências já oferecidas na programação no que tange às obras existentes. A Inteligência Artificial também consegue completar os textos, utilizando o seu aprendizado de máquina e a capacidade de **processamento de linguagem natural** criando textos coesos a partir do que é solicitado. No final de todas as respostas oferecidas, cabe ressaltar que existe o mesmo teor: o de que o ChatGPT não pode substituir a criatividade do escritor, não possuindo experiências e emoções como um ser humano, mas, que apesar disso, apresenta ferramentas úteis para inspiração, criando histórias únicas que não devem ser consideradas plágios. Contudo, a

privacidade de dados é um ponto importante a ser discutido, pois se o ChatGPT se utiliza de textos e referências existentes, não há certeza de quem são os autores originais que acabam tendo o seu material utilizado como subsídio para o repertório da IA. Além disso, quando se trata dos prejuízos causados, é necessário comentar que, nesse estudo, o ChatGPT desenvolveu uma breve defesa de si mesmo, apontando que o mercado editorial livreiro deve estar atento às mudanças provocadas para utilizar as ferramentas de IA de um modo ético. Chega a explicar que a Inteligência Artificial poderia trazer benefícios ao mercado ao analisar dados para melhor compreender o leitor, a fim de gerar experiências de leitura mais satisfatórias. Ainda reforça que a utilização da IA ajuda a dinamizar os processos e agilizar as tarefas rotineiras desse mercado.

Por conseguinte, esses foram alguns pontos importantes levantados neste breve estudo experimental, permitindo pensar que os autores tendem, sim, a enfrentar desafios com a probabilidade de falta de visibilidade e abertura para a diversidade, devidos as chances dos algoritmos ignorarem e excluírem indicações que ajudariam na divulgação de determinados escritores. E mesmo que ambas formas de escrita possam coexistir, as desvantagens e prejuízos para os autores já parecem estar ocorrendo, desde os plágios, a falta de curadoria em um mercado vasto, a pouca preocupação com a revisão ou tradução adequada feitas por IA, a falta de transparência quanto a origem da obra, além da desvalorização da criatividade e do tempo de pesquisa e produção do autor, em razão de muitas obras já estarem sendo produzidas, em sua totalidade, por Inteligência Artificial e distribuídas em plataformas virtuais como a Amazon. Então, a figura do autor talvez não tenha um fim, mas necessitará, em princípio, criar estratégias para que a autenticidade, a originalidade e a criatividade tornem-se um atrativo dentro da lógica comercial que se estabelecerá.

REFERÊNCIAS

- CHARTIER, Roger. **Um mundo sem livros e sem livrarias?** São Paulo: Letraviva, 2020.
- ECO, Umberto; CARRIÈRE, Jean-Claude. **Não contem com o fim do livro.** Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ CALLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. **Metodologia de pesquisa.** Porto Alegre: Penso, 2013.
- MANOVICH, Lev. **AI Aesthetics.** Moscow: Strelka Press, 2019.
- SANTAELLA, Lucia. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: 70, 2023. E-book.