

O debate sobre autoria e os novos usos da IA na produção cultural: uma análise qualitativa do jornal O Globo¹

Mariana da Luz Guimarães²
Prof. Dr. Ericson Saint Clair³

Universidade Federal Fluminense - UFF

Resumo

O artigo investiga os discursos midiáticos sobre autoria na criação cultural com Inteligência Artificial (IA) generativa, cuja capacidade de produzir textos, imagens e sons a partir de dados massivos têm transformado o debate sobre criação autoral. A análise das representações jornalísticas sobre o tema revela como a mídia influencia a opinião pública diante das complexas interações entre tecnologia e sociedade. Para isso, adotamos uma metodologia qualitativa mista, articulando a Análise de Conteúdo e a Análise de Discurso de orientação foucaultiana, com base em matérias do jornal *O Globo* publicadas entre novembro de 2023 e janeiro de 2025.

Palavra-chave: Inteligência artificial; mídias; discurso.

Introdução

A ascensão das tecnologias de Inteligência Artificial (IA) tem provocado transformações significativas na cultura, especialmente nos modos de produção, circulação e recepção de conteúdos midiáticos. Com destaque para as IAs generativas, capazes de criar textos, imagens, sons e outros formatos a partir de grandes volumes de dados, o cenário contemporâneo se reconfigura diante de novas possibilidades criativas que simulam a linguagem humana com precisão crescente.

Essas ferramentas reformulam não só os aspectos técnicos da criação, mas também as concepções de autoria, originalidade e subjetividade que sustentam a

¹ Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduanda em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF) – campus Rio das Ostras. Pesquisa temas relacionados à autoria, inteligência artificial e cultura digital. E-mail: marianadaluzg@gmail.com

³ Professor no Programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT) e no Departamento de Artes e Estudos Culturais da Universidade Federal Fluminense (UFF) – campus Rio das Ostras. Vice-coordenador do curso de Produção Cultural na UFF. Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ e Mestre em Comunicação pela UFF. E-mail: ericsonsaintclair@gmail.com

produção simbólica moderna. O debate sobre autoria adquire novos contornos à medida que a linha entre criação humana e produção algorítmica se torna difusa.

Casos recentes ilustram essa tensão. Em 2023, o uso de IA pelo ilustrador Vicente Pessôa resultou na desclassificação de sua obra do Prêmio Jabuti. Ainda nessa época, a Volkswagen gerou controvérsia ao recriar digitalmente Elis Regina em um comercial, reacendendo debates sobre os direitos de imagem de artistas falecidos. Simultaneamente, a greve dos roteiristas de Hollywood expôs o temor de substituição profissional por IA, enquanto notícias sobre filmes com atores mortos, como James Dean, e o testamento de Madonna, divulgado pela revista *Rolling Stone* em julho do mesmo ano, proibindo o uso de sua imagem pós-morte intensificaram essas discussões.

Paralelamente, cresce a tendência de antropomorfizar esses sistemas à medida que se aperfeiçoam na simulação da linguagem. Essa ilusão é reforçada pelo uso de verbos como “pensar”, “aprender” ou “acreditar” para descrever seu funcionamento. Segundo Glauco Arbix, trata-se de uma “atribuição excessiva” que concede às máquinas uma “vida mental que não existe”, confundindo simulação com consciência e contribuindo para a naturalização da ideia de que a IA cria de forma autônoma (ARBIX, 2023, p. 13).

Diante disso, emergem desafios fundamentais para compreender os sentidos construídos pela mídia brasileira sobre a autoria na era da inteligência artificial e seus impactos na opinião pública e nas práticas culturais.

Metodologia de pesquisa

Para compreender como a Inteligência Artificial generativa tem sido discursivamente construída pela mídia impressa brasileira, adotou-se uma abordagem qualitativa, fundamentada na Análise de Discurso de orientação foucaultiana. Essa escolha metodológica visa compreender não apenas o que é dito sobre a IA, mas como e em que condições esses discursos são produzidos, circulam e se estabilizam como formas legítimas de saber.

Segundo Foucault (1971), o discurso não é simples reflexo da realidade, mas prática que produz os próprios objetos de que fala, atravessada por normas, instituições e relações de poder. Assim, a Análise de Discurso não busca a “verdade” dos enunciados, mas as condições de possibilidade de sua emergência e circulação. Nesse

marco, interessou-nos investigar como a mídia participa da construção de sentidos sobre a IA, com ênfase nas disputas em torno da autoria.

O jornal *O Globo* foi escolhido como fonte empírica por sua influência na formação da opinião pública e pelo acervo digital acessível. O corpus delimitou-se entre 30 de novembro de 2022 (lançamento do *ChatGPT*) e 10 de janeiro de 2025 (anúncio do *DeepSeek*), concorrente chinês da *OpenAI*. A busca por “Inteligência Artificial” resultou em 117 matérias, das quais 24 compuseram o corpus final, selecionadas por tratarem a IA como tema central.

A análise seguiu três etapas: uma leitura exploratória para identificar temas recorrentes; uma leitura analítica para mapear regularidades discursivas e silenciamentos; e uma abordagem genealógica para evidenciar descontinuidades e tensões nos sentidos atribuídos à IA e à autoria.

A pesquisa foi acompanhada de uma revisão bibliográfica que articulou três eixos: Análise do Discurso midiático, debates contemporâneos sobre IA e textos sobre autoria, como o de Lucia Santaella (*A inteligência artificial generativa como a quarta ferida narcísica do humano*). Esses referenciais permitiram situar os dados em um campo epistemológico mais amplo, tensionando as construções midiáticas à luz dos debates éticos, culturais e políticos.

Ao articular fundamentação teórica crítica e análise empírica, a pesquisa visou compreender os modos como a mídia tem significado a IA generativa, revelando os jogos de poder que atravessam as disputas simbólicas sobre tecnologia, autoria e subjetividade.

Reflexões a respeito da IA no campo da Comunicação

A presença crescente da inteligência artificial no campo da Comunicação suscita reflexões essenciais sobre os modos como essa tecnologia transforma os processos comunicativos e as práticas culturais. A IA não apenas altera as ferramentas disponíveis para criação e difusão de conteúdos, mas também interfere na própria construção do sentido e na relação entre emissor, mensagem e receptor.

No âmbito do discurso midiático, a análise realizada revelou que as mídias operam segundo lógicas próprias que influenciam diretamente a percepção pública da inteligência artificial. Patrick Charaudeau (2006) destaca que o discurso de informação

é um mecanismo que estabelece vínculos sociais, configurando um contrato de comunicação entre emissor e receptor. Esse contrato envolve expectativas mútuas, nas quais o público busca informações claras, confiáveis e relevantes, enquanto os meios buscam captar e manter a atenção dos espectadores por meio de estratégias específicas.

A especificidade das mídias, como propõe Charaudeau (2006), exige que o discurso midiático utilize uma linguagem que articule verossimilhança e dramatização para construir uma narrativa inteligível e atrativa. Isso se faz especialmente presente nas coberturas sobre tecnologia, em que o novo precisa ser apresentado de forma acessível, mas também impactante, mobilizando emoções e valores sociais. Com isso, a IA é ora exaltada como inovação disruptiva, ora temida como ameaça sistêmica.

Dentro dessa lógica proposta por Charaudeau, foi notório, durante a análise das matérias jornalísticas, o movimento gradativo de mudança no tom das manchetes: a nova tecnologia, inicialmente celebrada como multifuncional e inovadora, passou a ser retratada como uma ameaça ao meio artístico, à autonomia criativa dos usuários e até mesmo à segurança de seus dados pessoais.

A título de exemplo, as manchetes publicadas em setembro de 2024, como *“Olimpíada desafia estudantes a explorar conhecimento de IA”* e *“Colégios adotam IA para personalizar o aprendizado e promover habilidades críticas entre os alunos”*, apontavam para um cenário otimista, em que a IA surge como ferramenta educacional e de desenvolvimento humano. Já em outubro, observa-se uma inflexão no discurso: matérias como *“Jornais processam empresa de IA por violar direito autoral”* (22/10/2024) e *“Com Apple Intelligence, a gigante entra na briga da IA”* (29/10/2024) anunciam conflitos legais e comerciais que evocam um tom mais crítico e competitivo.

Essa transformação do discurso evidencia o modo como a mídia ajusta sua narrativa conforme a evolução do contexto social e dos interesses de seus públicos e anunciantes, tensionando constantemente o contrato de comunicação. A mídia, como nos lembra Lucia Santaella (2020), desempenha um papel central na construção do imaginário tecnológico, oferecendo representações que não apenas informam, mas moldam o desejo coletivo em relação à inovação.

No entanto, quando essa representação oscila de forma abrupta, ela expõe os limites da mediação e revela as disputas simbólicas em torno da legitimidade da IA. O contrato de comunicação, portanto, torna-se um elemento central para compreender

como o discurso midiático sobre IA é produzido e recebido. Ele condiciona a maneira como as informações são organizadas, destacando certos aspectos em detrimento de outros, e molda o repertório interpretativo do público. A consequência é um déficit explicativo, que pode levar a interpretações superficiais e à alienação, dificultando uma compreensão crítica e aprofundada do impacto da IA nas práticas culturais e sociais (Charaudeau, 2006).

Essa dinâmica demanda uma atenção especial por parte dos pesquisadores da Comunicação, que precisam desvelar os mecanismos discursivos e as estratégias de sentido por trás das narrativas midiáticas, contribuindo para a construção de um debate mais consciente e informado sobre a inteligência artificial e suas implicações.⁴

O problema da criação

A emergência da inteligência artificial generativa (IAg) inaugura uma nova etapa nos debates sobre criação e autoria. Tradicionalmente atribuída à subjetividade humana, a criatividade passa a ser tensionada por sistemas capazes de gerar textos, imagens e músicas com base em grandes volumes de dados. Como observa Santaella (2023), a cultura digital redefine fronteiras entre humano e máquina, enquanto Kaufman (2021) vê na IA uma nova “ferida narcísica”² — um abalo na crença da centralidade humana na criação simbólica.

Embora não compreendam ou sintam, as IAs impactam profundamente setores criativos, gerando obras premiadas e comercializadas sem clareza autoral. Esse cenário ambíguo é reforçado por discursos midiáticos que, conforme Charaudeau (2006), adaptam-se aos interesses do público: a IA, antes exaltada, passa a ser vista como ameaça à criatividade e aos dados pessoais. Contudo, como destacam Chiriatti e Floridi (2019), a IA falha em acessar capacidades humanas fundamentais, como abstração, intencionalidade e factualidade.

A lógica da hiperprodutividade reduz a criatividade a performance técnica, esvaziando seu vínculo com o sensível. Suely Rolnik (2018) adverte que, dissociada do saber-do-corpo, a criação torna-se estéril: “O desejo deixa, aqui, de agir em sintonia com o que a vida lhe demanda [...]” (p. 76). Por isso, distinguir criatividade

⁴ Segundo a psicanálise freudiana, as “feridas narcísicas” são rupturas no sentimento de superioridade do ser humano. A IA, nesse sentido, desafia a crença na exclusividade humana da criação simbólica, assim como Copérnico, Darwin e o próprio Freud desafiaram outras ideias centrais da humanidade.

(automatizável) de criação (ética e afetiva) é essencial. A produção algorítmica, por mais sofisticada, não alcança o gesto criador situado, relacional e histórico. Reconhecer os limites da IA não é negá-la, mas defender o inegociável: a autoria como potência ética e sensível.

Análise das matérias

No início de nossa pesquisa, nos reunimos para traçar os primeiros passos e definir um direcionamento claro para o estudo. Nosso foco principal foi investigar o imaginário da sociedade em relação à inteligência artificial, acompanhar e analisar notícias sobre o tema, refletir sobre o impacto da IA no conceito de criação e autoria, além de realizar uma análise detalhada do livro "O Discurso das Mídias" e de textos que abordam essa tecnologia.

A obra de Patrick Charaudeau nos trouxe uma compreensão essencial sobre o discurso midiático e sua influência na percepção pública da IA. O discurso de informação, por exemplo, desempenha um papel crucial no estabelecimento de vínculos sociais, moldando a forma como as sociedades interagem com os meios de comunicação. Além disso, analisamos a especificidade das mídias e como ela afeta a veracidade dos fatos apresentados.

A lógica midiática, que utiliza estratégias próprias para captar a atenção do público, foi um ponto central da pesquisa, assim como o contrato de comunicação, que envolve o compromisso das mídias em atender às expectativas de seus espectadores. A teoria da enunciação nos ajudou a entender como as narrativas são construídas de maneira estratégica, muitas vezes resultando na ilusão de um poder explicativo. A realidade, no entanto, se mostra mais complexa, repleta de informações confusas que acabam gerando um déficit explicativo e, conseqüentemente, levando à alienação.

Durante a pesquisa, identificamos uma relação clara entre as matérias analisadas e os conceitos apresentados por Patrick Charaudeau. Um exemplo disso foi a matéria "Em projeto inédito, O GLOBO usa IA para decifrar os 600 mil discursos deste século no Congresso", publicada em 29/08/2024, que afirmava que o objetivo do estudo era "ajudar o leitor a entender a retórica do nosso tempo". Esse trecho está diretamente ligado ao conceito de ilusão de poder explicativo, pois sugere uma compreensão

aprofundada, mas, na realidade, pode reforçar lacunas informativas e interpretações enviesadas.

Na análise inicial das matérias, notamos uma abordagem majoritariamente utópica e repleta de expectativas em relação à IA. Manchetes da época exaltavam o avanço tecnológico sem considerar seus possíveis impactos negativos. Exemplo disso é a matéria do dia 28/09/2024: “Olimpíada desafia estudantes a explorar conhecimento de I.A”. Acreditamos que essa tendência vinha se desenhando nos meses anteriores, mas em menor quantidade. A partir do meio do processo, o discurso mudou drasticamente. O avanço da IA passou a ser tratado com preocupação, e notícias alarmantes sobre o uso de dados e direitos autorais ganharam destaque. O aumento significativo da cobertura midiática sobre o tema ocorreu no início de outubro, coincidindo com o lançamento da Meta AI no Brasil e no mundo.

Com base nas matérias analisadas, identificamos quatro categorias principais de abordagem jornalística. A primeira refere-se à oposição entre criação humana e produção algorítmica, evidenciada na matéria “Bots de IA que flertam ou criam personagens ganham popularidade” (O Globo, 24 nov. 2024), que problematiza o impacto da IA sobre as emoções e os vínculos humanos. A segunda categoria trata das tensões envolvendo o direito autoral, como na reportagem “Jornais processam empresa de IA por violação de direitos autorais nos EUA” (22 out. 2024), além de trechos como o depoimento do produtor Adam Fine (2023), que exemplifica apropriações técnicas baseadas em criações pré-existentes. A terceira categoria reúne matérias sobre o impacto da IA no Brasil, como “Pesquisadores da UFF desenvolvem IA para combater fake news” (25 set. 2024) e “Senado aprova projeto de regulamentação de inteligência artificial no Brasil” (10 dez. 2024), revelando tanto os avanços quanto os impasses regulatórios. Por fim, a quarta categoria diz respeito à corrida tecnológica entre grandes empresas, observada em matérias como “Com Apple Intelligence, a gigante entra na briga da IA” (29 out. 2024) e “Os concorrentes do GPT chegaram” (06 out. 2024), que apontam para uma disputa geopolítica e mercadológica em torno da inovação algorítmica.

Com essa análise, conseguimos compreender melhor a evolução do discurso midiático sobre a IA e os fatores que influenciam a construção da narrativa em torno dessa tecnologia. Nossa pesquisa demonstra como a percepção pública pode ser

moldada conforme os interesses e estratégias de comunicação das mídias, destacando a importância de uma abordagem crítica diante das informações divulgadas.

Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo analisar criticamente o discurso midiático sobre a inteligência artificial, com foco nas transformações do conceito de autoria. Observou-se que a mídia não apenas informa, mas molda imaginários sociais e influencia a forma como a sociedade interpreta as inovações tecnológicas. Nesse contexto, a IA é representada de forma ambígua: ora como ferramenta criativa, ora como ameaça à originalidade humana, à propriedade intelectual e às relações afetivas.

Ao longo do tempo, as matérias analisadas revelam uma mudança no tom discursivo. Reportagens iniciais enfatizavam os benefícios da IA em campos como a educação e a ciência, enquanto as mais recentes destacam preocupações éticas, legais e culturais, refletindo uma crescente consciência dos impactos da tecnologia em áreas sensíveis como arte, comunicação e direitos individuais.

A análise identificou quatro eixos principais: a oposição humano-máquina, os conflitos autorais, o contexto brasileiro e a disputa tecnológica global. Questões como a ilusão de afeto criada por sistemas generativos e o uso de obras pré-existentes para gerar novos conteúdos reacendem debates sobre originalidade, propriedade e limites éticos da criação.

No Brasil, a IA aparece como aliada no combate à desinformação e na gestão pública, mas também levanta desafios regulatórios diante da ausência de diretrizes claras. Internacionalmente, a tecnologia se consolida como ativo geopolítico estratégico, comparável ao poder armamentista na Guerra Fria.

Conclui-se que o discurso midiático sobre IA não é neutro: constrói sentidos, promove interesses e exige uma leitura crítica, atenta aos potenciais e riscos envolvidos na relação entre tecnologia, autoria e produção cultural.

Referências

- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. Tradução: Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 2ª reimpr. São Paulo: Contexto, 2013.
- ARBIX, Glauco. IA: medo das máquinas ou dos desacertos humanos? Revista Brasileira, n.º 115, 2023. (Texto de abertura sobre os riscos e limites da IA.)

OLIVEIRA, Luiz Alberto de; DARCY DE OLIVEIRA, Rosiska. Entrevista a Rosiska Darcy de Oliveira. Revista Brasileira, n.º 115, 2023. (Entrevista conduzida por Luiz Alberto de Oliveira.)

PERRONE, Christian. Ficção, Amor e Memória: será a inteligência artificial humana? Revista Brasileira, n.º 115, 2023. (Exploração dos aspectos afetivos e ficcionais da IA.)

SANTAELLA, Lucia. Consequências Humanas da Inteligência Artificial. Revista Brasileira, n.º 115, 2023. (Análise das implicações da IA sob uma perspectiva humanística.)

SANTAELLA, Lucia; KAUFMAN, Dora. A inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. Matrizes, v. 18, n. 1, p. 37–53, abr. 2024. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53

DORIA, Pedro. Os concorrentes do GPT chegaram. O Globo, 06 out. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/3VvPqht>. Acesso em: jun. 2025. GDA.

La inteligencia artificial en la educación: ¿avance o amenaza? GDA, 2024. Disponível em: <https://bit.ly/3z6GuEO>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. Inteligência artificial revoluciona a forma de aprender: colégios adotam ferramenta para personalizar estudos. O Globo, 28 set. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/4bZItd>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. Jornais processam empresa de IA por violação de direitos autorais nos EUA. O Globo, 22 out. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/3z1k6Or>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. Não é ficção científica: bots de IA que conversam, flertam ou criam personagens ganham popularidade. O Globo, 24 nov. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/4b0CgD2>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. O Globo usa IA para decifrar 600 mil discursos do Congresso em projeto inédito. O Globo, 2024. Disponível em: <https://glo.bo/3X9A7Yd>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. Olimpíada desafia estudantes a explorar conhecimento de temas como mercado de trabalho e tecnologia. O Globo, 28 set. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/4a1K9Tw>. Acesso em: jun. 2025.

O GLOBO. Pesquisadores da UFF desenvolvem IA para combater fake news. O Globo, 25 set. 2024. Disponível em: <https://glo.bo/3KQhX5p>. Acesso em: jun. 2025.

ROLLING STONE BRASIL. Madonna deixa testamento proibindo uso de sua imagem depois de morrer; entenda. Rolling Stone Brasil, 06 jun. 2023. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/musica/madonna-deixa-testamento-proibindo-uso-de-sua-image-m-depois-de-morrer-entenda/>. Acesso em: jul. 2025.

EPTV. Frankenstein (ilustrações com IA) é desclassificado do Prêmio Jabuti 2023. EPTV na Escola, 2023. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/sp/eptv/eptv-na-escola-sul-de-minas/noticia/avanco-da-ia-levanta-debate-sobre-etica-no-uso-da-tecnologia-quais-os-limites.ghtml>. Acesso em: jul. 2025.

WIKIPÉDIA. Greve dos roteiristas dos Estados Unidos de 2023. Wikipédia, 2023. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Greve_dos_roteiristas_dos_Estados_Unidos_de_2023. Acesso em: jul. 2025.