

## **Quem é o Autor? A Autoria das Imagens de Livros Criadas por Inteligência Artificial<sup>1</sup>**

Sandro PAVÃO<sup>2</sup>  
Universidade Anhembi Morumbi, SP.

### **Resumo**

O texto discute a relação da inteligência artificial no processo de criação de imagens, a partir de uma reflexão fundamentada em referencial bibliográfico sobre a problemática dos direitos autorais em produções literárias originais, propondo uma análise crítica sobre a produção de imagens para livros gerada por inteligência artificial. Partindo da ideia de autoria como um conceito histórico atribuído aos seres humanos, o artigo analisa como a automação digital na produção de imagens editoriais influencia a originalidade, a responsabilidade sobre os direitos e o papel do operador da IA dentro do processo criativo. O trabalho conclui que a autoria imagética exige novas interpretações éticas, estéticas e legais sobre a criação editorial.

**Palavra-chave:** autoria; imagens; inteligência artificial; livro digital; produção editorial.

### **Introdução**

Acompanhamos um crescimento no uso de sistemas de inteligência artificial para a geração em diferentes áreas, como publicidade, design, arquitetura, direito, como também é o caso da produção de produtos editoriais, como livros, revistas, manuais, jornais e catálogos. Diversas ferramentas online, como Midjourney, DALL-E, Adobe Firefly e Stable Diffusion, auxiliam profissionais e usuários com pouca experiência técnica de design editorial a criarem imagens que fazem parte desses projetos gráficos. São milhares de capas, elementos visuais e imagens criadas com altos níveis de qualidade, geradas até mesmo com simples solicitações de direcionamentos, por meio de prompts de texto, em que os usuários inserem as diretrizes conceituais e técnicas dos seus projetos, os sistemas interpretam os dados e retornam imagens específicas para os pedidos.

O público consumidor de produtos editoriais geralmente não se concentra nas pessoas que produziram imagens e elementos gráficos, mas sim no conteúdo propriamente dito, muito mais do que na autoria desses itens. O tema ou assunto do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP25 Produção Editorial, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando em Design, Artes e Tecnologia; Mestre em Comunicação Audiovisual Contemporânea pela Universidade Anhembi Morumbi, Pós-Graduado em Design, Produção e Tecnologias Gráficas; Pós-Graduado em Gestão Cultural: Cultura, Desenvolvimento e Mercado; Bacharel em Publicidade e Propaganda. Professor de graduação nas áreas de Criação, Design e Comunicação Visual. Email: sandropavao@outlook.com.

produto, a narrativa ou a informação contida na obra são os atrativos principais, não necessariamente a busca por quem produziu a fotografia da capa ou a pessoa que diagramou o material, salvo os casos em que o nome de um fotógrafo ou autor seja conhecido pelo público ou tenha uma ligação de reconhecimento através da mídia, por exemplo, criando um elo de admiração que atraia a atenção desses leitores. Porém, diferentes desses casos específicos, o consumo editorial privilegia a experiência visual e o conteúdo por interesses próprios e diversos, e isso favorece a utilização de imagens geradas por inteligência artificial.

A popularização dessas ferramentas digitais de inteligência artificial tem gerado muitas críticas por parte dos profissionais de áreas criativas, como fotógrafos, ilustradores, designers gráficos e editores de imagem, sob o ponto de vista de questões éticas, empregabilidade e de reconhecimento autoral. Muitos profissionais receiam, inclusive, perder seus empregos para soluções automatizadas, que utilizam bem menos tempo e custo, e ainda entregam qualidade técnica aceita pelo consumo. Por esse motivo, surgiu, inclusive, o debate sobre os bancos de imagens compostos por obras puramente feitas por seres humanos, utilizados para treinar os sistemas de inteligência, entrando em atrito com os princípios de propriedade e direitos autorais. A instabilidade do ambiente regulatório sobre essas questões de remuneração, créditos e ética aumenta a insegurança desses profissionais.

A Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas de 1886 estabelece princípios para a proteção dos direitos autorais, incluindo o reconhecimento automático de autoria e a exigência da originalidade com critérios de proteção e autenticidade de um trabalho. Já a OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual), que é um órgão vinculado à ONU (Organização das Nações Unidas), fica responsável pela administração da propriedade intelectual. No Brasil é a Constituição Federal de 1988 que garante a proteção dos direitos sobre trabalhos autorais. Em todas as normas estabelecidas por esses órgãos, a atribuição dos direitos autorais se caracteriza como um atributo a obras realizadas por seres humanos, esse fato cria barreiras ou interpretações sobre a produção através de inteligência artificial.

O objetivo do presente artigo é fazer uma reflexão crítica sobre os impactos que a criação de imagens editoriais feitas com inteligência artificial tem sobre questões éticas, estéticas e legais, a partir de uma abordagem teórica bibliográfica. O trabalho analisa como a produção digital de imagens utilizadas em livros e outros produtos editoriais se

choca com a produção tradicional, que preserva a ideia da criatividade consciente, proposta por seres humanos. A reflexão busca compreender também o papel de pessoas, profissionais ou não, operadoras de inteligência artificial, nesse processo, discutindo os limites da originalidade em criações de imagens para projetos editoriais geradas através dos algoritmos.

### **A Criação como Atributo Humano**

Atribuímos ao ser humano a ideia de criatividade, pois acreditamos na inerência da criação ao pensamento e à nossa compreensão do ambiente, buscando na criatividade as soluções de que precisamos. A criatividade, então, é reconhecida como uma capacidade humana, consciente, intencional e sensível à produção cultural, ou seja, entendemos que a habilidade de interpretar o mundo, através das experiências históricas, é caminho para a produção de sentido. A criação, que pode ser a combinação de diferentes elementos na solução de um problema, trabalha com a subjetividade e com os desafios da nossa própria compreensão social, histórica e filosófica, sendo, portanto, reconhecida legalmente como elemento da autoria. Nesse aspecto, tudo o que o ser humano pode criar, inclusive a própria inteligência artificial, pode ser considerado um patrimônio cultural da sociedade.

Algumas criações são protegidas pela legislação nacional e por convenções internacionais, como cita Santos (2009, apud Torezani, 2021), por refletirem a identidade, o conhecimento e os valores da humanidade. Assim, a proteção da obra se refere não apenas ao objeto em si, mas também ao reconhecimento da intervenção humana no processo de criação, reconhecida como norma para estabelecer o que é um direito autoral.

A legislação brasileira reforça essa ideia de que a criação é essencialmente humana e reconhece a pessoa como a única titular dos direitos autorais. Esse entendimento faz parte de uma tradição jurídica e cultural; porém, essa ideia entra em questionamento por conta das novas tecnologias de geração de imagens automatizadas. Se a autoria é exclusiva do ser humano, como lidar cultural e juridicamente com obras produzidas por um agente sem consciência? Essa tensão provoca a própria Constituição Federal, conforme o artigo 5º, inciso XXVII, que afirma que “aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar” (BRASIL, 1988).

---

## Processos de Produção Editorial

A partir daqui será feito um comparativo entre a produção tradicional de um livro, por meio de um resumo de um processo tradicional, e o uso da inteligência artificial, para que seja percebida a diferença entre as etapas e entre os profissionais ou pessoas envolvidas.

A produção de um livro impresso passa por uma cadeia de profissionais que começa pelo próprio autor da obra, responsável pela ideia e, talvez, pelo projeto, dependendo da produção. Nesse caso, o conteúdo original do livro é de sua responsabilidade. O editor é uma figura que assume seu papel a partir da ideia do autor, atuando como curador e organizador do projeto, propondo ajustes coerentes entre a obra e o alinhamento com o público. O trabalho, então, passa pelas mãos do revisor do texto para garantir que o projeto tenha segurança na clareza textual. Enquanto isso, o designer gráfico desenvolve a identidade visual da obra, incluindo nesse processo um capista. É nesse momento que o artigo se encaixa, na questão do trabalho do capista e do designer gráfico, entendendo que possa existir a figura de um fotógrafo e até de um editor de imagens. O diagramador entra, então, na organização do conteúdo em seu formato final, preparando os arquivos para a etapa de impressão. O material finalizado é enviado para uma gráfica, que assume a função tanto de impressão quanto de acabamento, para transformar o projeto definitivamente em um objeto físico. Agora o impresso é enviado para a distribuição, logística e, assim, para uma prateleira de um ponto de venda, surgindo nessa etapa o marketing e a assessoria de imprensa, para finalizar a ponte entre toda essa cadeia produtiva e o público consumidor.

Enquanto a criação tradicional tem o envolvimento direto de autores, editores, revisores, diagramadores, capistas e outros profissionais desde o início do processo, a produção com inteligência artificial elimina grande parte dessas etapas. O comparativo entre o tradicional e o automatizado cria um grande contraste sobre os pensamentos da criação, sob os critérios de originalidade e autoria. A produção completa de um livro com o uso da inteligência artificial é uma realidade; alternativas gratuitas e pagas disponibilizam ferramentas que podem passar por todos os processos de uma produção de livros, conforme mencionado, automatizando todas as etapas, desde a concepção até a distribuição para os leitores. Plataformas como ChatGPT, Jasper e EbookMaker permitem que o autor utilize a inteligência artificial para gerar ideias, construir narrativas, personagens, organizar os capítulos, dar ideias de cenários e otimizar o fluxo da própria

escrita, reduzindo o tempo de criação, planejamento, produção e distribuição do livro. Essas ferramentas são utilizadas também nas etapas de edição e revisão dos textos, como é o caso do Grammarly, que permite até ajustar o tom da narrativa para alinhar melhor com o público.

A plataforma EbookMaker, por exemplo, oferece integrações entre diagramação, inserção de imagens e organização dos elementos gráficos através de customizações no layout, permitindo acabamentos estéticos profissionais, mesmo sem que haja a necessidade de conhecimentos de design, além de permitir a exportação do livro em diversos formatos, incluindo PDF, para ser impresso, caso o autor queira publicar a obra em marketplaces como Amazon Kingle, Apple Books ou Google Play, a plataforma possui suporte inteligente através dos planos disponíveis. Outro ponto importante desse processo se refere às funcionalidades de visibilidade e mecanismos de busca, o autor pode divulgar o seu trabalho com muita eficiência.

No caso da produção de imagens com o uso de inteligência artificial, a prática está cada vez mais comum, principalmente porque oferece agilidade e economia na produção visual de editoriais, além de proporcionar liberdade criativa e de tempo em todo o processo. No entanto, mesmo ampliando o repertório visual disponível, a IA provoca muitas reflexões sobre a autoria e o papel do ser humano criativo, uma vez que está transformando profundamente o mercado editorial no sentido da democratização das publicações, ao colocar nas mãos do autor as ferramentas necessárias para a concepção de um trabalho completo.

Segue uma lista de plataformas para criação de imagens editoriais:

- Midjourney - Geração de imagens artísticas e conceituais com alto nível de detalhamento. Acesso via Discord. Ideal para capas, ilustrações de fantasia, ficção e poesia - <https://www.midjourney.com>;
- DALL·E (OpenAI) - Criação de imagens a partir de prompts textuais. Permite edição e variações de imagens. Integrado ao ChatGPT Plus - <https://openai.com/dall-e>;
- Adobe Firefly - Voltado para designers e editores com foco em compatibilidade com Adobe Photoshop. Suporte a texto para imagem, preenchimento generativo e efeitos estilizados - <https://firefly.adobe.com>;

- 
- Stable Diffusion - Plataforma de código aberto com enorme potencial de personalização. Permite controle preciso do estilo e da composição - <https://stability.ai>;
  - Canva AI - Ideal para usuários que desejam gerar imagens dentro de uma ferramenta de design fácil de usar, com integração com o restante do conteúdo gráfico - <https://www.canva.com>;
  - Leonardo.Ai - Plataforma voltada para designers de games, quadrinhos e ilustrações criativas - <https://leonardo.ai>;
  - NightCafe - Opção amigável para iniciantes, com galeria de estilos e ferramentas sociais - <https://creator.nightcafe.studio>;
  - Fotor AI Art Generator - Voltado para usos rápidos com foco em ilustração e arte digital. Simples de usar e com boa variedade de estilos visuais - <https://www.fotor.com/features/ai-image-generator>.

### **O Impacto das Imagens Generativas no Mercado**

Para uma inteligência artificial gerar imagens realistas e expressivas, é importante que seja alimentada por comandos realizados por uma linguagem específica, programações, além de dados visuais de referência. Nesse processo, milhões de imagens são utilizadas para alimentar as informações por meio de algoritmos de composição das bases dessas redes, e esses bancos de dados são estruturados por fotografias, ilustrações, pinturas, gráficos e outros elementos visuais que orientam a inteligência artificial a aprender ou entender todos os padrões de composição, cor, textura, forma ou estilo. É através dessa espécie de treinamento digital que uma IA compreende a intenção da solicitação feita pelos criadores de conteúdos visuais, fazendo associações entre esses conceitos e a busca por informações de texto inseridas em suas programações.

A alimentação de informações nessas redes levanta uma tensa discussão entre a produção de algoritmos feita por profissionais de imagens e a ideia de autoria. A IA apreende a criar a partir de referenciais visuais inseridos por seres humanos, sem qualquer outro propósito a não ser responder a uma solicitação, diferente do trabalho humano, que envolve estudo, técnica, tempo e sensibilidade na interpretação da pesquisa. Dessa forma, toda a produção de um fotógrafo ou ilustrador é o resultado de suas experiências e vivências, definindo um tom único ao resultado a partir da individualidade de suas escolhas criativas, enquanto as imagens geradas por IA trabalham pela lógica da previsão

e repetição das informações, atribuindo ao resultado uma série de contextos de imagens com base na disponibilidade livre das informações. Outro ponto de discussão está no fato de as imagens orgânicas de um profissional conterem subjetividades e uma relação ética com a proposta do trabalho. As imagens automatizadas não refletem essas particularidades, além de utilizarem imagens naturais como base de produção, porém, sem contribuição ou mesmo reconhecimento da autoria. As imagens automatizadas resultam em projetos esteticamente eficientes, com base na reorganização algorítmica de trabalhos já existentes, desafiando a ideia de originalidade, colocando de lado o valor da autoria artística e provocando debates sobre questões de transparência e direitos de uso de imagens.

Através desse cenário controverso e de toda a aceleração das tecnologias, profissionais das áreas criativas estão se manifestando, preocupados com a relação de empregabilidade e a possibilidade de perderem seus trabalhos, sendo forçados a uma adaptação dentro do mercado editorial. Por outro lado, essas ferramentas estão ampliando o poder de autonomia para pessoas desprovidas de qualquer qualidade técnica, para a produção de materiais editoriais, fomentando a produção literária, por exemplo. As possibilidades passam por questões de precarização dos prazos, orçamentos e pressão por entregas mais rápidas com alta qualidade, resultando em um mercado muito mais competitivo. Há uma divergente discussão entre os entusiastas da chamada democratização da produção e o medo do esvaziamento profissional e da desvalorização do trabalho autoral. Nesse cenário, é possível entender essas transformações como sendo culturais, diante de tanta tecnologia e processos de inovação, como também preocupantes sob o ponto de vista legislativo. A inteligência artificial está disponível e sua aceitação, principalmente por públicos mais jovens, universitários e pessoas que estão ingressando no mercado de trabalho, cresce. Porém, a autoria pode estar em processo de queda, deixando muitas lacunas incompletas, até porque uma imagem gerada por IA é também o resultado da produção humana em determinados aspectos, mas pode ser compreendida como uma reconfiguração através de algoritmos.

## **Metodologia**

A metodologia utilizada na pesquisa é qualitativa e exploratória, por meio de revisão bibliográfica e análise de fontes teóricas. Foram utilizados autores e textos que revisam o conceito de criatividade e originalidade, com fundamentos sobre propriedade

intelectual, assim como sites nacionais sobre documentação, como a Constituição Federal de 1988, a Lei de Direitos Autorais e a Convenção de Berna. Foram analisados materiais de domínio público sobre o funcionamento de ferramentas de inteligência artificial orientadas à criação visual, com abordagem na compreensão das transformações nas práticas criativas sob o ponto de vista da ética e dos desafios do mercado editorial diante da utilização de inteligência artificial na produção de imagens. Também foram observadas experiências relatadas em plataformas de publicações especializadas em livros automatizados, como o EbookMaker, aproveitando os detalhes do processo de produção de livros nesse contexto, permitindo uma reflexão sobre o impacto das tecnologias de imagens generativas para a publicação de materiais editoriais.

### **Resultados e Discussão**

De maneira geral, a discussão aponta para um cenário com importantes transformações ainda por acontecer nas práticas de criação do mercado editorial, em especial sobre o processo de autoria e produção de todas as etapas da elaboração de livros e materiais editoriais com o uso de IA. A busca por imagens de maneira autônoma e independente de profissionais, por parte de usuários sem habilidades técnicas, permite a produção de imagens com alto nível e que podem ser utilizadas na produção editorial, porém, altera significativamente a cadeia já consolidada da produção gráfica, gerando um enorme receio de perda de espaço de trabalho entre os profissionais, quando inseridos no contexto das imagens generativas. Essas transformações também contribuem para a precarização das condições habituais de trabalho, redução de prazos, orçamentos e aumento da competitividade, valorizando a quantidade em detrimento da autoria.

Os dados analisados reforçam que o uso dessas ferramentas está ligado à quantidade de imagens disponibilizadas e coletadas de bancos de imagens, em muitos casos, sem o consentimento do autor. As imagens generativas são frequentemente reconfiguradas e readaptadas de acordo com as demandas dos usuários, o que gera questionamentos éticos e jurídicos ainda não regulamentados, devido à ausência de uma consolidação clara. Tanto no Brasil quanto em outros países, a legislação de direitos autorais considera a autoria como um atributo exclusivamente humano, excluindo, assim, do contexto as imagens geradas por inteligência artificial e demonstrando um evidente distanciamento entre os avanços tecnológicos e a legislação vigente.

Apesar dos avanços significativos das tecnologias de inteligência artificial na geração de imagens e conteúdos, ainda existem limitações importantes que restringem sua autonomia criativa. A IA depende diretamente da qualidade e da clareza dos prompts fornecidos, ou seja, de comandos bem estruturados e semanticamente coerentes para alcançar resultados satisfatórios. Sem a intervenção humana na formulação desses direcionamentos, os sistemas podem gerar imagens incoerentes, visualmente distorcidas ou conceitualmente desalinhadas com a intenção original. Isso demonstra que, mesmo sendo uma ferramenta poderosa, a IA não possui intenção criativa própria; ela opera por previsão estatística, sem entendimento real do conteúdo produzido.

A eficiência dos resultados gerados por IA está condicionada ao repertório de dados em que foi treinada. Esse fator passa a ser uma limitação da sua capacidade de inovação, pois essas ferramentas não criam um projeto do zero, mas reconfiguram os elementos com base nos padrões existentes e/ou alimentados em suas bases de informação. Assim, o desempenho desses sistemas é diretamente influenciado pelo histórico visual já conhecido, podendo gerar repetições ou até ausências de representações culturais mais específicas. O papel do ser humano como curador e editor ainda é indispensável no que se refere à intenção, interpretação e contexto, para ajustar a linguagem da imagem ao propósito da comunicação. Sendo assim, uma importante limitação dessas IAs vai muito além da própria tecnologia: também está ligada a questões como interpretação, subjetividade e ética, que são inerentes à criatividade humana.

Obter imagens com uma identidade visual única é um desafio frequentemente mencionado no uso de inteligência artificial para criação visual. Essas ferramentas são capazes de gerar imagens esteticamente bem elaboradas a partir de comandos textuais, mas manter uma coesão visual entre as imagens ainda é uma limitação técnica, pelo fato de a IA tratar cada demanda como uma tarefa independente, resultando em variações estéticas isoladas. Isso dificulta, por exemplo, a construção de uma narrativa visual mais consistente, principalmente em projetos editoriais que necessitam de continuidade estética.

### **Considerações Finais**

A inteligência artificial tem mexido com a condição clássica da relação de direitos autorais, alterando a noção de originalidade, o que exige uma reavaliação dos conceitos éticos, jurídicos e culturais que regem a criação de obras visuais ligadas ao mercado

editorial. Os dados que reorganizam as bases de produção de imagens, por meio de plataformas generativas, causam desconforto aos verdadeiros autores e produtores de imagens. A pesquisa trouxe um questionamento sobre a possibilidade de um novo jeito de pensar a autoria, talvez por um processo compartilhado, com assinatura digital, dentro dos sistemas que geram as imagens, como uma coautoria, entendendo as atribuições e as responsabilidades. Atualmente, os profissionais das áreas criativas visuais estão se mobilizando para se reinventarem e repensarem os seus papéis, surgindo nas pesquisas até um novo profissional denominado designer de prompts, sinalizando que essas mudanças estão acontecendo e avançando no mercado.

O domínio de ferramentas como Illustrator ou Photoshop pode estar em transição para compreensões de novas tecnologias de produção de imagens, mas ainda com uma curadoria humana para garantir a coerência entre o conceito do projeto e o alinhamento com o público consumidor, pois esse processo ainda não é 100% possível apenas por meio de algoritmos.

É importante que haja um esforço coletivo, que envolva criadores, legisladores e a própria sociedade consumidora, para contribuir com a questão, construir uma atualização no marco legal, repensando a inserção dessas novas práticas no contexto cultural da leitura e da produção cultural, que valorize as práticas inovadoras, mas também os profissionais.

## Referências

**ANÁLISE do Discurso Digital proposta por Marie-Anne Paveau: Dos Pré-discursos aos Tecnodiscursos.** Conferência apresentada por Roberto Leiser Baronas, Ana Carolina Vilela-Ardenghi e Júlia Lourenço Costa sob moderação de Mariana Luz Pessoa de Barros, 2020.

Publicado pelo canal da Associação Brasileira de Linguística. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=nt4vQChkW-g>>. Acesso em: 20 mai. 2025.

**BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 25 abr. 2025.

**EBOOKMAKER. Como Escrever um Livro com a Ajuda da Inteligência Artificial.** 27 set. 2024. Disponível em: <https://ebookmaker.ai/blog/escrever-livro-inteligencia-artificial>. Acesso em: 11 abr. 2025.

**FERNANDES, C. A Autoria em Textos Produzidos por Inteligência Artificial e por Alunos em uma Perspectiva Discursiva.** Revista da ABRALIN, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 214–235, 2024.

DOI: 10.25189/rabralin.v23i2.2183. Disponível em:

<<https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/2183>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

HARARI, Yuval N. **Nexus - Uma Breve História das Redes de Informação, da Idade da Pedra à Inteligência Artificial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

HAYLES, N. Katherine. **Literatura Eletrônica - Novos Horizontes para o Literário**. São Paulo: Ed. Global/ Fund. UFP, 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o Computador Transforma nossa Maneira de Criar e Comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

POSSENTI, S. **Indícios de Autoria**. Perspectiva, Florianópolis, v. 20, n. 1, jan./jun. 2002.

QUEIROZ, Atauan Soares de. **Autoria e Produção de Texto: Uma Perspectiva Discursiva**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. Disponível em: <[https://www.pimentacultural.com/wp-content/uploads/2024/05/eBook\\_autoria-producao.pdf](https://www.pimentacultural.com/wp-content/uploads/2024/05/eBook_autoria-producao.pdf)>. Acesso em: 02 jun. 2025.

SANTOS, Manuella. **Direito Autoral na Era Digital: Impactos, Controvérsias e Possíveis Soluções**. São Paulo: Saraiva, 2009.

WOLF, Maryanne. **O Cérebro no Mundo Digital**. São Paulo: Contexto, 2019.

Como citar:

PAVÃO, Sandro. Quem é o autor? A Autoria das Imagens de Livros Criadas por Inteligência Artificial. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 48., 2025, Vitória. Anais [...]. São Paulo: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2025.