

Direção algorítmica e a autonomia do cineasta na publicidade mediada por IA generativa: notas iniciais a partir do caso Ulianópolis¹

Jonathan Estevam Marinho²

Juliana de Almeida Pereira³

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Palavras-chave: IA generativa; autonomia do diretor; direção algorítmica; audiovisual publicitário.

Introdução

A emergência da Inteligência Artificial (IA) generativa tem provocado transformações profundas na produção audiovisual publicitária, apontando para uma reconfiguração das etapas tradicionais de criação (MÜLLER, 2025). Ferramentas que sintetizam imagens e vídeos a partir de *prompts* condensam funções antes distribuídas em equipes inteiras, deslocando o trabalho do diretor para novas interfaces e para o que poderíamos aqui denominar como um regime de direção algorítmica (MÜLLER, 2025, 14min 10s). Este cenário tensiona as teorias clássicas do cinema, como a Teoria do Autor, ao propor uma autoridade criativa compartilhada entre humanos e sistemas computacionais (UDDIN et al., 2025). Este trabalho busca compreender como a IA generativa redesenha os processos criativos e impacta a autonomia do artista, analisando o caso do vídeo promocional da festa de São João de Ulianópolis (PA), dirigido por Renato Ferreira. O objetivo é investigar como o diretor, ao delegar a execução técnica a sistemas preditivos⁴ exerce sua autoria através de um processo iterativo de escolhas e validações.

Fundamentação Teórica

A sustentação teórica deste trabalho articula as contribuições de Marcelo Müller, Vinicius Mano, Fernando Fogliano, Lev Manovich e Uddin et al. (2025) para compreender o novo lugar da autoria. Marcelo Müller (2025) descreve o processo criativo

¹ Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, do 26º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 49º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos. Professor no curso de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas na FECAP. E-mail: jonathan.marinho@fecap.br.

³ Mestranda em Administração profissional e docente dos Cursos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Fecap. E-mail: julianaalpe439@gmail.com.

⁴ Termo técnico dado às tecnologias de IA para geração de imagens (MANOVICH; ARIELLI, 2023).

mediado por IA como um "criar em rede e pensar em fluxo", no qual o cineasta deixa de ser um executor técnico isolado para atuar como o integrador central de diversas mídias sintéticas (MÜLLER, 2025, 08min 45s). Essa visão dialoga com o conceito de Vinicius Mano (2016) sobre o criativo publicitário como um *bricoleur*, cuja tarefa fundamental é o ato de "cortar, colar, adequar e editar informações culturais" preexistentes para gerar novos sentidos (MANO, 2016, p. 102). Nesse contexto, a IA é definida como uma "colaboradora criativa" dentro de um *framework*⁵ que exige obrigatoriamente a "revisão humana" (*human review*) para garantir a visão artística pretendida (UDDIN et al., 2025, p. 8).

A necessidade dessa intervenção humana constante é explicada pela distinção de Fernando Fogliano (2018) entre inteligência e consciência. Enquanto a IA demonstra uma inteligência processual capaz de detectar padrões estatísticos — o que o autor denomina "inconsciente maquínico" —, ela é desprovida de consciência e subjetividade (FOGLIANO, 2018, p. 44). Assim, o diretor assume o papel de maestro de uma "sociedade de objetos técnicos" que dependem da regência humana para que o automatismo estatístico ganhe um propósito poético (FOGLIANO; LEOTE, 2023, p. 33; FOGLIANO, 2018, p. 27).

Nesse sentido, a transição para as chamadas "mídias preditivas" (MANOVICH; ARIELLI, 2023, p. 23) redefine a relação ontológica entre autor e obra: a imagem deixa de ser um registro sensorial da realidade para tornar-se uma previsão sintetizada a partir de dados (MANOVICH; ARIELLI, 2023, p. 17). Esse cenário radicaliza a "perda da aura" (BENJAMIN, 1987, p. 168), pois o objeto artístico nasce desprovido do "aqui e agora" de um original físico, operando no que se poderia propor como um estágio sintético⁶ da reprodutibilidade técnica. Contudo, a teoria benjaminiana também oferece uma saída através da figura do "autor como produtor": aquele que domina o aparelho técnico e intervém em sua estrutura para imprimir uma assinatura autoral (BENJAMIN, 1987, p. 129). A autonomia manifesta-se, portanto, na capacidade de realizar a *deep remixability*⁷,

⁵ O framework de Uddin et al. (2025) consiste em um modelo metodológico sistemático e iterativo para a produção audiovisual mediada por IA, que articula o processamento algorítmico de dados à centralidade da revisão humana (*human review*) para assegurar a intencionalidade e a consistência artística da obra.

⁶ Usamos aqui o termo **sintético** para designar mídias que, diferentemente daquelas baseadas em lentes ou no registro mecânico da realidade física, são sintetizadas por meio de procedimentos preditivos em ambiente de software.

⁷ A expressão *deep remixability*, proposta por Manovich (2013), descreve a capacidade do ambiente de software de permitir a hibridização não apenas de conteúdos, mas das técnicas fundamentais, métodos de

hibridizando as próprias técnicas de representação no ambiente de software (MANOVICH, 2013, p. 267).

Metodologia

Esta pesquisa qualitativa adota o Estudo de Caso (MARTINS, 2008) do vídeo de Ulianópolis (PA)⁸⁹, utilizando uma abordagem exploratório-descritiva. A análise alinha-se aos fluxogramas sistemáticos de produção com IA, que preveem etapas de *input* de dados, processamento e revisão humana (UDDIN et al., 2025). A investigação foi realizada em duas frentes:

1. Análise Documental de Fontes Primárias: exame do prompt estruturado utilizado no ChatGPT (FERREIRA, 2025a)¹⁰ e do relato de experiência em vídeo (FERREIRA, 2025b)¹¹. Busca-se identificar evidências de bricolagem, esforço iterativo e intencionalidade.
2. Análise Bibliográfica: articulação dos conceitos de fluxo (MÜLLER, 2025), autorias híbridas (UDDIN et al., 2025) e metameio (MANOVICH, 2013).

Análise de Resultados

A análise revela que a autonomia de Renato Ferreira foi reconfigurada em um regime de direção algorítmica, fundamentada na bricolagem cultural (MANO, 2016). O exame dos *prompts* demonstra que a criação não partiu de um vazio semântico: o autor instruiu o sistema a simular cenas com "lentes de 35mm" e "sensores full frame" (FERREIRA, 2025b). Essa competência técnica é o que permite ao diretor guiar a lógica preditiva e evitar resultados formulaicos ou clichês estatísticos inerentes aos modelos treinados em dados massivos (UDDIN et al., 2025; MANOVICH; ARIELLI, 2023).

trabalho e linguagens de diferentes mídias (como cinema, animação e design), resultando na criação de novas metalinguagens visuais (MANOVICH, 2013, p. 267, 268).

⁸ Publicação do vídeo no perfil da Prefeitura de Ulianópolis no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DKPWJncuMcU/>. Acesso em: 22 jun. 2026.

⁹ Vídeo dirigido por Renato Ferreira. Perfil no Instagram: @renato_lferreira.

¹⁰ Disponível em:

https://docs.google.com/document/d/13qj_yEiOogw4BOH8byWTwEW7yhYidjogDNa9QWINyCY/edit?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaexzmtaweYq3KzV37LWksIU4f_RQrNDpdP8xk5_cJ8njWJN1-6nejESTSwWNQ_aem_g0jd4gaOnYN6lJP0LwapLg&tab=t.0

¹¹ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/DKTLfmah_wm/?igsh=MWJqbzZyZWpydWwxbA==

O processo confirma a necessidade de um fluxo iterativo exaustivo. Ferreira realizou mais de 80 tentativas na ferramenta Veo3 (MERIGO, 2025), o que valida a tese de Müller (2025) de que a autoria nasce da seleção humana em meio a um volume gigantesco de gerações. De acordo com o *framework* de Uddin et al. (2025), a qualidade final de um filme com IA depende criticamente da malha de *feedback* e dos ajustes finais realizados pela equipe humana. Ferreira relata ter rejeitado roteiros automáticos e finalizado a peça em softwares tradicionais (Premiere/After Effects), exercendo o que se denomina como "Human Review" (UDDIN et al., 2025). A autonomia manifestou-se, portanto, na capacidade de integrar mídias sintéticas a uma narrativa intencional que a máquina, por si só, seria incapaz de dotar de significado emocional (FOGLIANO, 2018).

Considerações Finais

Esta investigação exploratória permite observar que a IA generativa parece deslocar a função do cineasta para um novo regime que poderíamos aqui denominar de direção algorítmica. No caso estudado, a autonomia do artista residiu na curadoria estratégica e na gestão de fluxos (MÜLLER, 2025), provendo a consciência necessária para organizar o "inconsciente maquínico" da ferramenta (FOGLIANO, 2018). O sucesso da obra reforça a hipótese de uma autoria híbrida (UDDIN et al., 2025), na qual o papel de *bricoleur* cultural e o domínio da gramática cinematográfica tradicional permanecem como diferenciais críticos para superar os clichês estatísticos das máquinas (MANO, 2016; FERREIRA, 2025b).

Propõe-se, assim, uma reflexão sobre o estágio da reprodutibilidade sintética, que radicaliza a atrofia da "aura" (BENJAMIN, 1987, p. 168) ao sintetizar imagens a partir de previsões de dados, sem o registro de um fenômeno sensorial. Contudo, como antecipado na fundamentação, essa ausência de aura física não implica a extinção da autoria; pelo contrário, ela exige que a autonomia do diretor se reconfigure na capacidade de atuar como um integrador central de repertórios e maestro de fluxos, reafirmando sua assinatura através da gestão estratégica das mídias (MÜLLER, 2025; FOGLIANO, 2018).

O cenário prospectivo aponta para uma estética da ruptura que impõe desafios à identidade cultural, uma vez que os algoritmos tendem a reproduzir padrões globais em detrimento da autenticidade local. No mercado publicitário, o prognóstico indica que as agências precisarão evoluir para células de inteligência, deslocando a execução técnica

para a gestão estratégica de fluxos em que o criativo atua como curador de agentes algorítmicos.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

FERREIRA, Renato Lopes. Prompt do GPT (Cenas para Veo3). Ulianópolis, 2025a. Documento digital (Word).

FERREIRA, Renato Lopes. Como usar o Veo3 e criar vídeos com IA. Ulianópolis, 2025b. 1 vídeo (01 min 30 s). Disponível em: Instagram.

FOGLIANO, Fernando. Arte interativa e o inconsciente maquínico. DATJournal, v. 3, n. 1, 2018.

FOGLIANO, Fernando; LEOTE, Rosangella. Artificial Intelligence as a Platform for Artistic Creation. In: ARTECH 2023. Faro: ACM, 2023.

MANO, Vinicius. A gestão na criação publicitária. 2016. Tese (Doutorado) – PUC-RS, Porto Alegre, 2016.

MANOVICH, Lev. Software Takes Command: extending the language of new media. New York: Bloomsbury Academic, 2013

MANOVICH, Lev; ARIELLI, Emanuele. Imagens IA e mídias generativas. Revista Eco-Pós, v. 26, n. 2, 2023.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008

MERIGO, Carlos. O caso Ulianópolis, PA. B9, 4 jun. 2025. Disponível em: b9.com.br.

MÜLLER, Marcelo R. M. Criar em rede, pensar em fluxo. Palestra no 13º Colóquio PPGIS. São Carlos: UFSCar, 2025. 1 vídeo (44 min 30 s).

UDDIN, Shah Muhammad Imtiyaj et al. Innovations and Challenges of AI in Film: A Methodological Framework for Future Exploration. ACM Trans. Multimedia Comput. Commun. Appl., v. 21, n. 7, p. 1-55, jul. 2025.