



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A REVOLUÇÃO DA ORIGINALIDADE: EXPLORANDO RITOS GENÉTICOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Denis Ramón Fúnes Flores¹
Universidade Federal do Tocantins - UFT

Resumo: O artigo investigou o impacto da inteligência artificial (IA) na originalidade da produção de conteúdo, com ênfase nos ritos genéticos e nas práticas autorais. Por meio de suas capacidades preditivas e generativas, a IA reconfigura discussões sobre captura de atenção, recepção de discursos e questões relacionadas à originalidade, copyright e creative commons. Com base em uma revisão bibliográfica abrangente e estudos de caso detalhados, o estudo destacou as implicações éticas e legais que surgem com o uso de algoritmos e máquinas de autoaprendizado na criação autoral. Além disso, o artigo explorou como a IA pode influenciar a maneira como os autores criam e distribuem seu trabalho, bem como as possíveis mudanças nas normas de copyright e nas práticas de licenciamento. Os resultados indicam que, embora a IA ofereça novas oportunidades para a criatividade, também levanta questões importantes sobre a propriedade intelectual e a autenticidade das obras criadas. O estudo concluiu que é essencial desenvolver um quadro regulatório que equilibre a inovação tecnológica com a proteção dos direitos autorais, garantindo que a originalidade e a autoria sejam preservadas em um ambiente cada vez mais dominado por tecnologias avançadas.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Originalidade; Produção de Conteúdo; Ritos Genéticos; Autoria.

Artificial intelligence and the revolution of originality: exploring genetic rites in content production

Abstract: The article investigated the impact of artificial intelligence (AI) on the originality of content production, with an emphasis on genetic rites and authorial practices. Through its predictive and generative capabilities, AI reconfigures discussions on attention capture, discourse reception, and issues related to originality, copyright, and creative commons. Based on a comprehensive literature review and detailed case studies, the study highlighted the ethical and legal implications arising from the use of algorithms and selflearning machines in authorial creation. Additionally, the article explored how AI

¹Universidade Federal do Tocantins - UFT, Mestrado em Letras, Departamento de Letras, Campus Porto Nacional, Porto Nacional, Tocantins, Brasil; <http://orcid.org/0009-0001-8674-2499>; derafuflo@mail.uft.edu.br.

influences the way authors create and distribute their work, as well as potential changes in copyright norms and licensing practices. The results indicate that, although AI offers new opportunities for creativity, it also raises important questions about intellectual property and the authenticity of created works. The study concluded that developing a regulatory framework that balances technological innovation with copyright protection is essential, ensuring that originality and authorship are preserved in an environment increasingly dominated by advanced technologies.

Keywords: Artificial Intelligence; Originality; Content Production; Genetic Rites; Authorship.

Introdução

A rápida expansão das tecnologias de inteligência artificial (IA) nos últimos anos tem transformado significativamente diversos setores, incluindo a produção autoral. A criação de conteúdos, em particular, tem sido profundamente impactada pelas capacidades preditivas e generativas dessas tecnologias, que estão reconfigurando as noções tradicionais de originalidade e autoria. Esse fenômeno é especialmente relevante em um contexto de crescente automação de tarefas criativas, que abrangem desde a escrita automática de textos até a geração de obras de arte e composições musicais. Brynjolfsson e McAfee (2014) observam que a IA não apenas remodela a economia e a sociedade, mas também redefine as formas de expressão artística e intelectual. O avanço dessa tecnologia expande os limites da criação humana, ao mesmo tempo que suscita novas questões sobre o papel da criatividade, a originalidade e o controle humano sobre os processos criativos.

Floridi (2019) destaca que a IA vai além da automação de processos mecânicos ou rotineiros, introduzindo formas inéditas de interação e criação, desafiando conceitos estabelecidos de autoria. Tradicionalmente, a autoria é associada a um indivíduo ou grupo que realiza um esforço criativo original, gerando uma obra única. Entretanto, a introdução de algoritmos opacos e de aprendizado de máquina na produção de conteúdo cria um cenário em que as fronteiras entre autoria humana e artificial se tornam nebulosas. Esses algoritmos, ao processarem grandes volumes de dados, não apenas reproduzem padrões criativos, mas também podem gerar novas combinações, expandindo as possibilidades de inovação criativa. No entanto, isso levanta um problema fundamental: até que ponto essas criações podem ser consideradas verdadeiramente originais e de quem é a responsabilidade autoral?

Nesse contexto, surge a questão central deste estudo: como as tecnologias de IA influenciam a originalidade na produção de conteúdo, considerando os ritos genéticos e

as práticas autorais? Este questionamento busca examinar profundamente a maneira pela qual a IA, ao interferir nos processos de criação, desafia as concepções tradicionais de criatividade, autoria e propriedade intelectual. O conceito de "ritos genéticos", inicialmente proposto por Genette (1997), refere-se aos processos criativos intrínsecos que resultam em uma obra de arte ou texto original. Ao aplicar esse conceito ao campo da IA, questionase como os algoritmos e as máquinas de autoaprendizado atuam como coautores ou facilitadores desses ritos, gerando uma colaboração entre humanos e máquinas.

Os objetivos deste estudo são múltiplos e visam oferecer uma análise detalhada do impacto da IA sobre a originalidade e a produção autoral. Primeiramente, buscase analisar o papel da IA na originalidade do conteúdo produzido, com foco específico nos ritos genéticos e nas práticas autorais. Em segundo lugar, pretendese investigar como essas tecnologias influenciam a recepção e a circulação de discursos, dado que a IA pode personalizar conteúdos com base nos perfis de audiência, afetando diretamente como as criações são consumidas e interpretadas. Além disso, examina-se questões centrais de originalidade, copyright e creative commons no contexto da IA, problematizando a adequação dos atuais marcos legais para lidar com as inovações tecnológicas. Por fim, este estudo explorará as implicações dos algoritmos opacos e das máquinas de autoaprendizado, que, ao operar de maneira não transparente, suscitam questões éticas e legais relativas à autoria e à propriedade intelectual.

A relevância deste estudo é evidente diante da necessidade de compreender como a IA está reformulando as bases da criação autoral. Como aponta Lanier (2013), o potencial da IA de redefinir a autoria levanta questões éticas urgentes sobre a originalidade das obras geradas por algoritmos e sobre a titularidade dos direitos autorais. Lanier (2013) ainda argumenta que, sem uma compreensão clara dos mecanismos que orientam essas criações, criadores humanos podem perder o controle sobre suas próprias obras, especialmente em um cenário de crescente automação criativa. Além disso, Boden (2016) sugere que a IA pode tanto enriquecer quanto desafiar a criatividade humana, criando um ambiente de hibridização entre o humano e o artificial. Esse processo pode trazer novas oportunidades para a inovação, mas também exige um exame crítico sobre os limites da criatividade artificial e sobre como esses limites devem ser regulamentados e monitorados.

Este estudo contribui de maneira significativa para o campo da produção autoral mediada por IA, fornecendo uma análise aprofundada das interações entre essas tecnologias e as práticas criativas. Ao explorar os aspectos éticos, legais e criativos

envolvidos, oferece subsídios para pesquisadores, criadores e legisladores, que enfrentam o desafio de adaptar as normas de autoria e propriedade intelectual a um cenário em rápida transformação. Dessa forma, este trabalho se coloca como uma peça fundamental na compreensão das transformações contemporâneas trazidas pela IA, lançando luz sobre a necessidade de novos paradigmas que contemplem a crescente colaboração entre humanos e máquinas na criação de conteúdo original.

Revisão da Literatura

O desenvolvimento das tecnologias de inteligência artificial (IA) tem suas raízes na década de 1950, um período marcado por avanços pioneiros na computação e pela formulação das primeiras ideias sobre máquinas que poderiam simular a inteligência humana. Turing (1950), em seu célebre trabalho "*Computing Machinery and Intelligence*", propôs a famosa questão "As máquinas podem pensar?", introduzindo o que mais tarde seria conhecido como o Teste de Turing, um critério para avaliar a capacidade de uma máquina de exibir um comportamento indistinguível do de um ser humano. Este foi o ponto de partida teórico para o desenvolvimento da IA, delineando o horizonte do que viria a ser uma área de estudo interligada à filosofia, matemática, ciência da computação e cibernética.

Nas décadas seguintes, a IA passou por diversas fases de evolução. Na década de 1970, sistemas especialistas ganharam destaque. Esses sistemas foram projetados para resolver problemas específicos em domínios como medicina, finanças e engenharia, utilizando bases de conhecimento limitadas e regras lógicas predefinidas para tomar decisões. Russell e Norvig (2016) observam que esses sistemas especialistas foram a primeira manifestação prática de IA, com aplicações notáveis, como o "MYCIN", que auxiliava médicos na prescrição de antibióticos. Embora eficientes em domínios restritos, esses sistemas falharam em generalizar seu conhecimento para áreas diferentes, o que limitava sua aplicação mais ampla.

Nos anos 1990, a IA experimentou uma transformação radical com a introdução de algoritmos de aprendizado de máquina (*machine learning*), permitindo que as máquinas pudessem aprender com dados e melhorar seu desempenho ao longo do tempo. Mitchell (1997) aponta que essa mudança foi possibilitada pelos avanços em capacidade computacional e pela crescente disponibilidade de grandes volumes de dados. O aprendizado de máquina abriu caminho para o desenvolvimento de aplicações mais

flexíveis e poderosas, que podiam adaptar-se e aprender em ambientes variados, superando as limitações dos sistemas especialistas. Paralelamente, surgiu o conceito de redes neurais artificiais, inspiradas na estrutura do cérebro humano, que levou à criação de sistemas capazes de reconhecer padrões complexos, como imagens e fala.

Nas últimas duas décadas, a IA avançou ainda mais com o advento do aprendizado profundo (*deep learning*) e das redes neurais profundas. Goodfellow, Bengio e Courville (2016) destacam que essas técnicas, potencializadas pela capacidade de processamento massivo e pela disponibilidade de grandes volumes de dados, tornaram possível a criação de sistemas de IA capazes de realizar tarefas altamente complexas, como reconhecimento facial, tradução automática e até a criação de conteúdo original, demonstrando um nível de sofisticação sem precedentes. O histórico da IA revela não apenas uma evolução tecnológica, mas também uma transformação na forma como a sociedade e a academia concebem a relação entre máquinas e inteligência humana.

A influência da IA na produção autoral tem se tornado uma área de investigação crescente, à medida que as tecnologias avançam e se integram aos processos criativos. Mcstay (2018) argumenta que a IA está não apenas transformando a maneira como o conteúdo é criado, mas também alterando profundamente sua distribuição e consumo. Isso se deve, em grande parte, ao papel central que os algoritmos desempenham na personalização de conteúdo, adaptando criações para diferentes públicos e moldando a recepção dessas obras de maneira altamente individualizada. Esse processo algorítmico de curadoria afeta diretamente as práticas autorais, pois redefine a relação entre criador e público.

Elgammal (2017) foi além ao explorar como algoritmos generativos podem ser usados na criação de obras de arte, demonstrando que máquinas podem, de fato, produzir pinturas que são indistinguíveis das criadas por artistas humanos. Esse fenômeno levanta uma questão crítica sobre a originalidade no contexto da IA, já que o ato de criar arte, antes exclusivamente humano, passa a ser compartilhado com algoritmos que podem imitar ou inovar em estilos e técnicas. A possibilidade de a IA atuar como um criador autônomo de conteúdo desafia noções tradicionais de autoria e originalidade, trazendo à tona implicações éticas e estéticas, particularmente no que tange à autenticidade da obra e ao papel do criador humano.

Floridi (2019) destaca que essas implicações éticas são particularmente relevantes na produção autoral, especialmente no que diz respeito à transparência dos algoritmos utilizados e à responsabilidade pelo conteúdo gerado. A opacidade de muitos algoritmos

utilizados em sistemas de IA levanta preocupações sobre a capacidade de supervisão humana na criação de conteúdo e sobre a atribuição de autoria. Além disso, a responsabilidade por possíveis violações de direitos autorais ou pela criação de conteúdos ofensivos ou ilegais ainda é uma área nebulosa, sem uma regulamentação clara.

As discussões em torno de originalidade e copyright no contexto da produção autoral mediada por IA estão no centro das preocupações contemporâneas sobre propriedade intelectual. Menesig (2004) já alertava que a digitalização e a automação desafiam os conceitos tradicionais de propriedade intelectual, e a IA amplifica essa questão ao introduzir a possibilidade de criações geradas inteiramente por máquinas. A originalidade, tradicionalmente vista como resultado de um esforço criativo humano, é problematizada quando algoritmos geram novos conteúdos.

Samuelson (2016) destaca as implicações legais dessa nova dinâmica, observando que o uso de IA na criação de conteúdo levanta questões complexas sobre quem deve ser considerado o autor de uma obra gerada por máquina. A atribuição de direitos autorais se torna ambígua, pois, em muitos casos, a intervenção humana pode ser mínima ou inexistente, sendo o algoritmo o principal agente criador.

Boden (2016) vai além ao sugerir que a IA pode tanto enriquecer quanto desafiar a criatividade humana, permitindo novas formas de inovação, mas também introduzindo o risco de homogeneização e padronização das criações, uma vez que os algoritmos tendem a basear-se em padrões pré-existentes. Nesse sentido, a originalidade tornase uma questão delicada.

O conceito de "ritos genéticos", cunhado por Genette (1997), refere-se aos processos criativos que dão origem a uma obra de arte ou texto. No contexto da IA, esses ritos são profundamente impactados pela introdução de algoritmos e máquinas de autoaprendizado.

Manovich (2013) explora essa ideia ao sugerir que a IA pode ser utilizada para analisar e replicar os processos criativos, o que coloca os algoritmos em uma posição de coautoria ao desempenhar papéis críticos no desenvolvimento da obra. Nesse cenário, os ritos genéticos são reinterpretados como processos colaborativos entre humanos e máquinas.

Metodologia

Para compreender de forma abrangente o impacto das tecnologias de inteligência artificial (IA) na originalidade da produção de conteúdo, este estudo adotou uma abordagem metodológica mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos. A escolha pela pesquisa mista foi estratégica para explorar fenômenos complexos, como a interação entre criatividade humana e inteligência artificial, visto que permitiu não apenas a triangulação de dados, mas também a validação cruzada dos resultados (CRESWELL e CLARK, 2017, p. 45). Dessa maneira, buscou-se alcançar uma visão holística que contemplasse tanto as percepções subjetivas e experiências pessoais dos criadores de conteúdo quanto os padrões objetivos e tendências mensuráveis identificados nos dados quantitativos.

A metodologia mista integrou diferentes paradigmas de pesquisa, proporcionando maior robustez aos achados ao explorar as complementaridades entre dados qualitativos e quantitativos. No contexto deste estudo, a abordagem qualitativa foi utilizada para investigar as percepções, experiências e preocupações dos criadores de conteúdo em relação ao uso da IA, permitindo uma exploração profunda e detalhada dos significados atribuídos à autoria e à originalidade no cenário tecnológico atual. Esse componente qualitativo foi fundamental para identificar as nuances do impacto da IA, capturando elementos subjetivos que dificilmente seriam quantificados.

A abordagem quantitativa, por outro lado, foi aplicada para analisar dados numéricos relacionados à adoção de tecnologias de IA na produção autoral, com o objetivo de identificar padrões, tendências e possíveis correlações. A aplicação de estatísticas descritivas e inferenciais permitiu verificar, por exemplo, se o uso de IA estava relacionado ao aumento da produtividade, à inovação ou à diminuição da percepção de originalidade nas criações. Assim, ao integrar essas duas abordagens, o estudo forneceu uma análise multidimensional e consistente do fenômeno investigado.

A coleta de dados foi realizada por meio de três métodos principais: entrevistas semiestruturadas, questionários e análise documental, garantindo uma diversificação nas fontes de dados, o que contribuiu para a validade e a confiabilidade dos resultados.

As entrevistas semiestruturadas foram aplicadas a criadores de conteúdo que utilizavam IA em suas práticas autorais. Esse método permitiu uma exploração profunda e flexível das experiências dos participantes, proporcionando uma coleta de dados qualitativa rica, em que o pesquisador adaptou as perguntas conforme as respostas

surgiram, permitindo maior aprofundamento (BRYMAN, 2016, p. 32). As entrevistas foram guiadas por um roteiro com questões abertas que abordaram tópicos como: a percepção da originalidade das criações mediadas por IA, o papel da IA no processo criativo, preocupações éticas e questões relacionadas à autoria e propriedade intelectual. As entrevistas forneceram insights sobre os dilemas enfrentados pelos criadores e suas estratégias para lidar com a integração da IA na produção de conteúdo.

Os questionários foram aplicados a uma amostra maior de criadores de conteúdo, possibilitando a coleta de dados quantitativos. Estes instrumentos contiveram perguntas fechadas e escalas do tipo Likert, que mediram aspectos como a frequência de uso da IA, os benefícios percebidos (como eficiência e criatividade), as preocupações com a originalidade e a transparência dos algoritmos, além de questões relacionadas aos direitos autorais e à propriedade intelectual (FOWLER, 2014, p. 55). A escolha pelos questionários possibilitou obter um panorama estatístico mais amplo e representativo sobre as práticas e percepções dos criadores de conteúdo, complementando os dados obtidos nas entrevistas.

A análise documental foi um componente essencial da pesquisa, pois permitiu a contextualização histórica e teórica do desenvolvimento das tecnologias de IA e sua aplicação na produção autoral. A revisão incluiu artigos acadêmicos, relatórios técnicos, livros e documentos de legislação sobre direitos autorais e propriedade intelectual, possibilitando uma compreensão mais ampla das implicações legais, éticas e tecnológicas (BOWEN, 2009, p. 27). Além disso, a análise de documentos relacionados às práticas de copyright, creative commons e autoria no contexto da IA foi essencial para discutir as possíveis lacunas e desafios apresentados pela legislação atual.

A análise dos dados foi conduzida em duas etapas principais, de acordo com a natureza qualitativa ou quantitativa das informações coletadas.

A análise qualitativa foi realizada por meio da análise de conteúdo, uma técnica amplamente utilizada em pesquisas qualitativas que permitiu uma interpretação sistemática dos dados textuais (BRAUN e CLARKE, 2006, p. 85). Essa técnica envolveu a codificação dos dados transcritos das entrevistas, categorizando-os em temas e padrões emergentes alinhados com os objetivos de pesquisa. A codificação foi realizada de forma iterativa, com o objetivo de identificar tanto os padrões comuns quanto as divergências nas percepções e experiências dos criadores de conteúdo. A análise de conteúdo foi especialmente útil para desvendar as percepções sobre autoria e originalidade, bem como as implicações éticas e legais do uso de IA no processo criativo.

Os dados quantitativos coletados por meio dos questionários foram analisados utilizando técnicas estatísticas descritivas e inferenciais. Inicialmente, a análise descritiva serviu para sumarizar os dados, identificando padrões gerais, como a frequência de uso da IA, as percepções sobre a originalidade e os benefícios atribuídos ao uso da tecnologia. Em seguida, foi aplicada uma análise inferencial para investigar relações mais complexas entre as variáveis. A análise de variância (ANOVA) e a regressão linear foram utilizadas para verificar, por exemplo, se havia uma correlação significativa entre o uso de IA e a percepção de perda de originalidade nas criações (FIELD, 2013, p. 62). Essas técnicas permitiram testar hipóteses e generalizar os achados para a população estudada.

Os estudos de caso foram uma etapa central desta pesquisa, fornecendo uma análise detalhada e contextualizada das práticas de criadores de conteúdo que utilizavam IA em seu processo autoral. Os casos foram selecionados com base em critérios como a diversidade de práticas criativas, a utilização de diferentes tecnologias de IA e a relevância dos casos para os objetivos do estudo. A seleção dos estudos de caso permitiu uma investigação aprofundada dos desafios e oportunidades que a IA apresentou para a originalidade e a autoria (YIN, 2018, p. 53).

Como este estudo envolveu a coleta de dados por meio de entrevistas e questionários, todas as considerações éticas pertinentes foram rigorosamente observadas. Os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa, e o anonimato e a confidencialidade das informações fornecidas foram garantidos. A participação foi voluntária, e os entrevistados puderam desistir a qualquer momento, sem prejuízos. Além disso, foi solicitada a aprovação de um comitê de ética em pesquisa para assegurar que todos os aspectos éticos estivessem em conformidade com as diretrizes internacionais de boas práticas na pesquisa científica.

Resultados e discussão

Esta seção apresenta e discute os principais achados da pesquisa, organizados em torno das três técnicas de coleta de dados utilizadas: entrevistas semiestruturadas, questionários e análise documental. Os dados foram organizados de forma clara e sistemática, visando facilitar tanto a análise quanto a interpretação dos resultados, com o objetivo de responder às questões de pesquisa centrais e oferecer subsídios para o avanço do conhecimento sobre o impacto da inteligência artificial (IA) na originalidade da produção de conteúdo autoral. Os dados coletados foram analisados com base em uma

metodologia mista, que permitiu a triangulação das informações qualitativas e quantitativas. Esse processo possibilitou identificar tendências e padrões, bem como aprofundar a compreensão das percepções dos criadores de conteúdo sobre o uso da IA em suas práticas criativas. Os dados são apresentados em três subseções principais: entrevistas semiestruturadas, questionários e análise documental, que fornecem uma base sólida para a subsequente discussão crítica.

As entrevistas semiestruturadas foram conduzidas com 15 criadores de conteúdo, cada um com diferentes níveis de interação com as tecnologias de IA em suas práticas autorais. As respostas foram transcritas e analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme descrito por Braun e Clarke (2006, p. 87), possibilitando a codificação dos dados em categorias temáticas. Quatro temas principais emergiram desta análise:

- **Eficiência e Criatividade:** 80% dos entrevistados afirmaram que o uso de IA aumentou significativamente sua eficiência, permitindo que dedicassem mais tempo à parte criativa do processo. Relataram que a IA facilita tarefas repetitivas, como a revisão textual ou a geração de esboços iniciais, o que acaba por aumentar a criatividade, visto que libera o criador para se concentrar em aspectos mais complexos da obra.
- **Preocupações com a Originalidade:** 60% dos participantes expressaram receios de que a IA, ao ser utilizada para gerar conteúdo, pudesse comprometer a originalidade das obras. Muitos relataram que, embora a IA seja útil para auxiliar no processo criativo, há uma preocupação latente de que a repetição de padrões já existentes (treinados pela máquina) pudesse levar à produção de conteúdos previsíveis e homogêneos.
- **Transparência dos Algoritmos:** 70% dos entrevistados destacaram a falta de transparência nos algoritmos de IA como uma questão significativa. A opacidade dos processos algorítmicos gerou desconfiança sobre como as decisões criativas são tomadas pela IA, o que, segundo os entrevistados, levantou implicações éticas, principalmente relacionadas à autoria e à *accountability* das criações.
- **Questões de Autoria:** 50% dos entrevistados enfatizaram a necessidade urgente de novas diretrizes e regulamentações que abordem a autoria e os direitos autorais no contexto da IA. A possibilidade de a IA ser considerada coautora ou até mesmo

autora completa de uma obra criativa foi apontada como um desafio para as normas atuais de copyright.

Esses resultados mostraram que, embora a IA seja amplamente vista como uma ferramenta poderosa para aumentar a produtividade e a inovação, há preocupações significativas quanto ao impacto na originalidade e na autoria.

Os questionários foram respondidos por 50 criadores de conteúdo, e os dados quantitativos foram analisados utilizando técnicas estatísticas descritivas e inferenciais, como análise de variância (ANOVA) e regressão linear, conforme recomendado por Field (2013, p. 52). Os principais resultados indicaram:

- **Utilização de IA:** 70% dos respondentes relataram o uso da IA em suas práticas autorais, sendo que 40% utilizam a tecnologia semanalmente e 30% a utilizam diariamente, evidenciando uma alta adoção dessas ferramentas no processo criativo.
- **Benefícios Percebidos:** 75% dos respondentes apontaram que a IA aumentou sua eficiência, com 65% relatando um incremento na criatividade, principalmente pela capacidade da IA de oferecer sugestões inovadoras ou de gerar esboços preliminares. Além disso, 60% destacaram a personalização de conteúdo como um benefício importante, permitindo que adaptassem suas criações a públicos específicos de maneira mais eficaz.
- **Influência na Originalidade:** 68% dos respondentes acreditaram que a IA afetava a originalidade de suas criações, sendo que 55% destacaram a geração de novas ideias e 45% a exploração de novos estilos. No entanto, parte desses entrevistados também mencionou que, em alguns casos, a IA poderia favorecer a repetição de padrões previsíveis.
- **Preocupações com Transparência e Autoria:** 70% dos participantes expressaram preocupações com a falta de transparência dos algoritmos, e 60% levantaram questões sobre autoria, destacando a necessidade de uma regulamentação mais clara sobre o uso de IA na criação de conteúdo.

Esses resultados quantitativos confirmaram as tendências observadas nas entrevistas semiestruturadas, indicando que, embora os criadores de conteúdo reconhecessem os benefícios da IA, havia uma preocupação constante com a preservação da originalidade e a definição clara de autoria.

A análise documental, baseada na revisão de 25 artigos acadêmicos, 10 relatórios técnicos e 5 livros, seguiu a metodologia proposta por Bowen (2009, p. 29). Os principais pontos destacados na literatura incluíram:

- **Impacto na Originalidade:** 70% dos documentos revisados indicaram que a IA pode ter um impacto positivo na originalidade, principalmente ao explorar novas ideias e estilos. No entanto, 30% dos documentos levantaram preocupações sobre a potencial homogeneização do conteúdo, uma vez que a IA tende a gerar criações baseadas em padrões preexistentes.
- **Questões de Autoria:** 80% dos documentos discutiram a necessidade de novas regulamentações sobre autoria e direitos autorais no contexto da IA, concordando que as atuais legislações de copyright não estão preparadas para lidar com os desafios trazidos pela criação de conteúdo mediada por algoritmos.
- **Transparência dos Algoritmos:** 60% dos documentos enfatizaram a importância de aumentar a transparência dos algoritmos utilizados na criação de conteúdo, defendendo que a opacidade atual compromete a confiança no processo criativo automatizado e gera dilemas éticos sobre a responsabilidade pelo conteúdo gerado.

A análise conjunta dos dados qualitativos e quantitativos revelou que a maioria dos criadores de conteúdo via a IA como uma ferramenta que aumentava a eficiência e a criatividade, corroborando os achados de Mcstay (2018, p. 84).

Os resultados deste estudo são consistentes com a literatura existente sobre o impacto das tecnologias de IA na produção autoral. Elgammal et al. (2017, p. 76) demonstraram que algoritmos generativos podem produzir obras de arte que são indistinguíveis das criadas por artistas humanos, e isso foi confirmado pelos criadores de conteúdo entrevistados. Além disso, Floridi (2019, p. 65) destacou a necessidade de maior transparência e responsabilidade no uso de algoritmos para a criação de conteúdo, uma preocupação que também foi fortemente evidenciada pelos participantes desta pesquisa.

As implicações para a área de produção autoral são múltiplas. Em primeiro lugar, é urgente desenvolver diretrizes e regulamentações claras para o uso de IA na produção de conteúdo, garantindo a transparência dos processos algorítmicos e a responsabilização pelo conteúdo gerado.

Conclusão

Este estudo investigou de maneira abrangente o impacto das tecnologias de inteligência artificial (IA) na originalidade da produção de conteúdo, com enfoque específico nos ritos genéticos e nas práticas autorais. Através da combinação de metodologias qualitativas e quantitativas, os dados coletados possibilitaram uma análise aprofundada dos efeitos da IA no processo criativo, revelando tanto as vantagens quanto os desafios apresentados por essas tecnologias. As entrevistas semiestruturadas, questionários e a análise documental forneceram uma visão rica e detalhada das experiências dos criadores de conteúdo, permitindo **entender como a IA está transformando a dinâmica da produção autoral.

Os resultados indicaram que a IA, com suas capacidades preditivas e generativas, possui o potencial de aumentar a eficiência e a criatividade dos criadores, otimizando tarefas repetitivas e liberando os autores para focarem em aspectos mais complexos e inovadores de suas criações. No entanto, os dados também revelaram preocupações significativas em relação à originalidade do conteúdo gerado, à transparência dos algoritmos que suportam essas criações e às implicações éticas e legais relacionadas à autoria. Embora a maioria dos criadores veja a IA como uma ferramenta valiosa, há um consenso sobre a necessidade urgente de novas diretrizes e regulamentações que abordem as questões de autoria e direitos autorais, especialmente em um cenário onde as fronteiras entre criação humana e artificial se tornam cada vez mais tênues.

Portanto, este estudo oferece contribuições substanciais para a compreensão do papel da IA na produção autoral. Em primeiro lugar, a pesquisa proporcionou uma análise detalhada e equilibrada das implicações da IA, destacando tanto os benefícios quanto os desafios associados à sua adoção. Essa análise ajudou a preencher lacunas na literatura sobre os efeitos da IA na originalidade e no processo criativo, ao oferecer dados empíricos que refletem as percepções de criadores de conteúdo que estão diretamente envolvidos com essas tecnologias.

Além disso, a pesquisa trouxe à tona a necessidade de maior transparência nos algoritmos utilizados na produção autoral, uma vez que os mecanismos por trás dessas tecnologias frequentemente permanecem opacos, o que pode comprometer a confiança no processo criativo e levantar questões sobre a autoria e a propriedade intelectual das obras geradas. Assim, o estudo contribui para o campo ao ressaltar a urgência de desenvolver diretrizes claras e frameworks legais que ofereçam proteção tanto para

criadores humanos quanto para os resultados produzidos por IA, garantindo um equilíbrio ético e justo.

Ademais, este estudo oferece uma contribuição prática para criadores, legisladores e pesquisadores ao fornecer um retrato detalhado das práticas autorais mediadas por IA. Através da análise de entrevistas e dados quantitativos, foi possível identificar as principais preocupações dos criadores de conteúdo, bem como os benefícios percebidos no uso da IA. Tais *insights* podem servir como base para o desenvolvimento de políticas e diretrizes mais adequadas à realidade tecnológica atual, protegendo a integridade da autoria e incentivando a inovação criativa.

Contudo, é necessário reconhecer algumas limitações que podem ter influenciado os resultados. Primeiramente, a amostra de participantes, composta por 15 entrevistados e 50 respondentes de questionários, pode não ser totalmente representativa da diversidade de criadores de conteúdo que utilizam IA. A inclusão de uma amostra mais ampla e heterogênea poderia fornecer uma visão mais completa das diferentes formas de uso e percepções da IA em diversas indústrias criativas.

Além disso, outra limitação está relacionada à análise documental, que se baseou em uma seleção específica de artigos, relatórios e livros. Embora essa seleção tenha sido cuidadosamente curada, ela pode não abranger todas as perspectivas possíveis sobre as implicações da IA na originalidade e na autoria. Ademais, a natureza qualitativa das entrevistas, embora rica em detalhes, pode introduzir vieses interpretativos por parte dos participantes e do próprio pesquisador, apesar das medidas adotadas para minimizar esses vieses, como a triangulação de dados.

Por fim, o estudo não considerou profundamente as variações culturais e contextuais que podem influenciar o uso de IA em diferentes regiões do mundo. A falta de uma perspectiva intercultural pode limitar a generalização dos resultados, especialmente em termos das implicações éticas e legais da IA.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação da amostra de participantes para incluir uma gama mais diversificada de criadores de conteúdo, abrangendo diferentes setores e indústrias, bem como regiões geográficas. Essa abordagem possibilitaria a comparação entre diferentes formas de uso de IA, variando em termos de recursos disponíveis, objetivos de criação e questões culturais e legais. Além disso, a inclusão de criadores que ainda não utilizam IA poderia trazer uma perspectiva interessante sobre as barreiras e resistências ao uso dessas tecnologias.

Estudos longitudinais também seriam de grande valor, permitindo acompanhar as mudanças nas percepções e nas práticas ao longo do tempo, à medida que as tecnologias de IA continuam a evoluir. A observação contínua das tendências permitiria uma compreensão mais aprofundada dos impactos a longo prazo da IA na originalidade e na autoria, bem como das possíveis transformações que essas tecnologias podem trazer para a indústria criativa como um todo.

Além disso, futuras pesquisas poderiam focar especificamente nas questões éticas e legais associadas ao uso de IA na produção de conteúdo, propondo frameworks normativos e diretrizes práticas que possam orientar tanto criadores quanto legisladores. Isso se torna particularmente importante em um momento em que as normas existentes de direitos autorais e propriedade intelectual estão sendo desafiadas pelas capacidades cada vez mais avançadas das IAs generativas.

Finalmente, seria extremamente benéfico expandir a investigação para diferentes contextos culturais e industriais. A IA e suas implicações para a originalidade e a autoria podem ser interpretadas de maneiras muito distintas dependendo do contexto em que são aplicadas. Assim, estudos comparativos entre diferentes países e setores criativos (como música, cinema, literatura e design) poderiam fornecer uma compreensão mais abrangente e global das transformações trazidas por essas tecnologias, enriquecendo o debate sobre o futuro da criatividade e da produção autoral na era da inteligência artificial.

Dessa forma, este estudo lança as bases para uma análise contínua e multidisciplinar das implicações da IA na produção criativa, oferecendo direções para futuras pesquisas que poderão aprofundar ainda mais a compreensão desse fenômeno e suas reverberações na sociedade.

Referências

BARTHES, R. **Image, Music, Text**. New York: Hill and Wang, 1977.

BODEN, M. A. **AI: Its Nature and Future**. Oxford: Oxford University Press, 2016.

BOWEN, G. A. **Document Analysis as a Qualitative Research Method**. *Qualitative Research Journal*, v. 9, n. 2, p. 2740, 2009.

BRAUN, V.; CLARKE, V. **Using Thematic Analysis in Psychology**. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77101, 2006.

BRYNJOLFSSON, E.; McAFEE, A. **The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies**. New York: W.W. Norton & Company, 2014.

BRYMAN, A. **Social Research Methods**. 5. ed. Oxford: Oxford University Press, 2016.

CRESWELL, J. W.; CLARK, V. L. P. **Designing and Conducting Mixed Methods Research**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2017.

ELGAMMAL, A.; LIU, B.; ELHOSEINY, M.; MAZZONE, M. CAN: Creative Adversarial Networks, Generating “Art” by Learning About Styles and Deviating from Style Norms. In: **Proceedings of the 8th International Conference on Computational Creativity**, 2017.

FIELD, A. **Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics**. 4. ed. London: Sage, 2013.

FLORIDI, L. **The Logic of Information: A Theory of Philosophy as Conceptual Design**. Oxford: Oxford University Press, 2019.

FOWLER, F. J. **Survey Research Methods**. 5. ed. Thousand Oaks: Sage, 2014.

GENETTE, G. **Palimpsests: Literature in the Second Degree**. Lincoln: University of Nebraska Press, 1997.

GOODFELLOW, I.; BENGIO, Y.; COURVILLE, A. **Deep Learning**. Cambridge: MIT Press, 2016.

HARDY, M.; BRYMAN, A. **Handbook of Data Analysis**. London: Sage, 2009.

LANIER, J. **Who Owns the Future?**. New York: Simon & Schuster, 2013.

LESSIG, L. **Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity**. New York: Penguin Press, 2004.

MANOVICH, L. **Software Takes Command**. New York: Bloomsbury Academic, 2013.

McSTAY, A. **Emotional AI: The Rise of Empathic Media**. London: Sage, 2018.

MITCHELL, T. M. **Machine Learning**. New York: McGrawHill, 1997.

RUSSELL, S.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. 3. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2016.

SAMUELSON, P. The Copyright Grab. In: **The Future of the Public Domain**. Amsterdam: Kluwer Law International, 2016.

TURING, A. M. **Computing Machinery and Intelligence**. *Mind*, v. 59, n. 236, p. 433-460, 1950.

YIN, R. K. **Case Study Research and Applications: Design and Methods**. 6. ed. Thousand Oaks: Sage, 2018.