

<https://doi.org/10.22398/2525-2828.9253-5>

Quanto vale essa capa? *How much is this cover worth?*

Mirella De Menezes Migliari¹ , Felipe Macedo Lemos¹ 



¹ESPM Rio, Programa de Pos-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação – Rio de Janeiro (RJ), Brasil.
E-mails: mirella.migliari@gmail.com; migliari@espm.br; felipemacedolemos@hotmail.com; lemos.felipe@acad.espm.br
Recebido em: 19/02/2024. Aceito em: 19/02/2024.

O mais velho dos novos debates aparece representado na capa da presente edição da revista *Diálogo com a Economia Criativa*. No entanto não há como ficar alheio a esse debate quando a inteligência artificial (IA) permeia todos os setores da produção e da comunicação e, particularmente, poderá ter reflexos sobre as indústrias criativas. Considerando-se que, em síntese, a economia criativa compreende a produção autoral e a propriedade intelectual de bens de alto valor simbólico, cabe aqui uma reflexão sobre valor. Os dados de 2020 para a economia da cultura e indústrias criativas (Ecic) no Brasil apontam que ela movimentou cerca de R\$ 230,14 bilhões, valor que representou 3,11% do PIB brasileiro (Almeida, 2024), e é uma das economias que mais cresce num mundo onde a produção se desloca para o setor de serviços e produtos intangíveis que geram capital simbólico. Cabe aqui um questionamento: como a IA poderá impactar essa indústria?

Pretendemos formular uma resposta por meio da análise da imagem dessa capa. Considerando-se seu conceito universal, aspectos da sua composição e sua qualidade como um todo, quanto vale essa capa? Sabendo que essa imagem foi desenvolvida em minutos por meio de uma plataforma de IA generativa como Midjourney ou DALL-E, o quanto isso impacta seu valor? E, ainda, considerando-se que essa imagem passou por um processo híbrido no qual, após ter sido gerada por meio de um *prompt* — uma série de instruções descritivas — numa plataforma de IA, passou por finalização digital produzida por meio de *softwares* operados por humanos, como o Photoshop, o quanto isso é relevante para seu valor? Quantas camadas de tecnologia foram sobrepostas nesse processo? Todas essas são provocações pertinentes e atuais.

Segundo o Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum, 2020), em relatório de 2020, a força de trabalho está se tornando automatizada e terá deslocado 85 milhões de empregos até 2025. Por outro lado, a revolução robótica criará 97 milhões de empregos. Entre os novos postos, já podem ser observados, com grande demanda e altos salários, exemplos como engenheiro de *prompts*, pesquisador de IA, especialista em processamento de linguagem natural, especialista em automação de processos robóticos ou RPA, especialista em ética e direito com conhecimento de IA e auditor de algoritmos, para citar alguns.

Não é só a mão de obra do primeiro e do segundo setor que sente o impacto da revolução pós-industrial. Com o mais recente capítulo sendo escrito pela IA generativa, paira no ar também a questão do valor do profissional de criação no mercado de trabalho. Vê-se um número de reportagens que anunciam o sepultamento de algumas profissões criativas nos próximos 10 anos e aquelas que perecerão em até 25 anos sendo substituídas por tecnologias capazes de gerar textos reflexivos, imagens ultrarrealistas, edições e demais produções criativas. A preocupação com o tema gerou recentemente manifestações por parte do Sindicato dos Atores e Roteiristas nos Estados Unidos da América, que levaram à renegociação com estúdios e colocaram tais preocupações na pauta atual numa tentativa de se proteger diante da ameaça trazida pela tecnologia da IA.

Refletindo pontualmente sobre a ilustração da presente capa, é possível desenvolver alguns *insights* sobre esse cenário. Entendemos que, para essa capa, a IA generativa

foi capaz de produzir uma versão análoga à obra imortalizada de Leonardo da Vinci, a *Mona Lisa*. No entanto entendemos que essa nova versão possua apenas algum significado como forma de paródia, uma vez que sua leitura simbólica somente poderá existir e ser compreendida quando comparada à obra à qual se refere. Tomando-se essa imagem de modo descontextualizado, como para alguém que não possua a referência da pintura original à óleo sobre madeira do início do século XVI, a nova imagem se esvaía de significado, torna-se murcha. Embora convincente por apresentar um caráter de imagem realista, não convence como pintura máxima da técnica *sfumato* (pois não o é) e nem como representação da nobre senhora do século XVI. Essa nova Mona Lisa é uma mulher cuja imagem se adequa a parâmetros de beleza e atitude do século XXI, sendo ela desafiadora e *sexy*, muito diferente da senhora introspectiva e tímida retratada por Leonardo, portanto sua essência se perde. Tudo nela é cópia — a luz, a paleta de cores, a composição —, sem, no entanto, conseguir sequer esboçar o sorriso enigmático que deu ao quadro original a fama que alcançou no mundo inteiro.

Ao compreendermos a narrativa imagética da capa, podemos nos apaziguar e respirar. A capacidade da IA generativa de criar tal imagem análoga em nada afetou o valor da obra original — talvez até a tenha valorizado ainda mais, uma vez que a genialidade não se manteve presente. A obra gerada pela IA possui valor simbólico e significado apenas quando justaposta à original, sem a qual não sobrevive. Concluímos, para nossa tranquilidade, que, no que tange a arte e criação, sempre foi assim: o artista cria com base em suas referências e seu repertório. Enquanto esse repertório for desenvolvido e elaborado por pessoas, a IA será mais artificial do que inteligente.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Miguel de. O dinheiro da cultura. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 fev. 2024. Disponível em: https://oglobo.globo.com/opiniao/miguel-de-almeida/coluna/2024/02/o-dinheiro-da-cultura.ghtml?utm_source=aplicativoOGlobo&utm_medium=aplicativo&utm_campaign=compartilhar. Acesso em: 16 fev. 20xx.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The Future of Jobs Report 2020**. Disponível em: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf. Acesso em: 16 fev. 2024.

Sobre os autores

Felipe Macedo Lemos: bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Estácio de Sá (2014), atualmente é bestrando do Programa de Pós-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação da ESPM Rio; designer de experiência, cenógrafo, roteirista e sócio-fundador da Alternativa F eventos e do Festival de cinema OTB | Only the Best Film Awards.

Mirella De Menezes Migliari: coordenadora do laboratório de pesquisa LEMBRAR do PPGECEI-ESPM Rio; doutora em Design; professora titular e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Economia Criativa, Estratégia e Inovação da ESPM Rio e na graduação em Design da mesma IES.

