

AI GENERATIVA E A DEGENERAÇÃO DA PROFISSÃO DE ILUSTRADOR

GENERATIVE AI AND THE DEGENERATION OF THE ILLUSTRATOR PROFESSION

Marcelo Castro Andreo

✉ ORCID

UEL

marceloandreo@uel.br

Danielle de Marchi Tozatti

✉ ORCID

UEL

daniellemarchi@uel.br

Valter do Carmo Moreira

✉ ORCID

UEL

valter.chimba@gmail.com

PROJÊTICA

DESIGN: EDUCAÇÃO, CULTURA E SOCIEDADE

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo. A AI Generativa e a degeneração da profissão de ilustrador. **Projetica**, Londrina, v. 16, n. 3, 2025. DOI: 10.5433/2236-2207.2025.v16.n3.51867. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/51867>.

DOI: 10.5433/2236-2207.2025.v16.n3.51867

Submissão: 2024-11-13

Aceite: 2025-03-05

Resumo: Este artigo examina o impacto da inteligência artificial generativa (GenAI) na profissão de ilustrador, revelando uma contradição entre a promessa de democratização da arte e a realidade de exploração do trabalho artístico e desvalorização da criatividade humana. A GenAI, ao se apropriar indevidamente de obras de artistas para treinar seus algoritmos sem autorização ou compensação, perpetua a concentração de poder em grandes corporações de tecnologia e precariza a atividade artística, ameaçando a subsistência dos ilustradores. O artigo argumenta que a GenAI, ao reduzir a criação artística à mera digitação de comandos, ignora a complexidade do processo criativo humano, que envolve anos de prática, desenvolvimento de um estilo próprio e a incorporação de experiências de vida. A singularidade da obra de arte, sua “aura” no sentido benjaminiano, é corroída pela produção em massa de imagens artificialmente geradas. Diante desse cenário, o artigo propõe um retorno à materialidade da arte, através da mídia física e das artes plásticas, como forma de resistência à desumanização da arte digital. A conscientização do público sobre a importância de valorizar a arte humana é crucial para garantir a sustentabilidade da ilustração e a preservação da criatividade como expressão da alma humana. A escolha entre a arte humana e a artificial, portanto, transcende a esfera tecnológica, configurando-se como uma decisão ética e política com profundas implicações para o futuro da cultura.

Palavras-chave: Ilustração; Inteligência artificial; GenAI

Abstract: *This article examines the impact of generative artificial intelligence (GenAI) on the illustration profession, revealing a contradiction between the promise of democratizing art and the reality of exploiting artistic work and devaluing human creativity. GenAI, by misappropriating artists' works to train its algorithms without authorization or compensation, perpetuates the concentration of power in large technology corporations and undermines artistic activity, threatening the livelihood of illustrators. The article argues that GenAI, by reducing artistic creation to the mere typing of commands, ignores the complexity of the human creative process, which involves years of practice, developing one's own style, and incorporating life experiences. The*

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo

uniqueness of the work of art, its “aura” in the Benjaminian sense, is eroded by the mass production of artificially generated images. Faced with this scenario, the article proposes a return to the materiality of art, through physical media and plastic arts, as a form of resistance to the dehumanization of digital art. Raising public awareness of the importance of valuing human art is crucial to ensuring the sustainability of illustration and preserving creativity as an expression of the human soul. The choice between human and artificial art, therefore, transcends the technological sphere, configuring itself as an ethical and political decision with profound implications for the future of culture.

Keywords: *Illustration; Artificial intelligence; GenAI*

INTRODUÇÃO

Uma reportagem da BBC, do final de agosto de 2024 (Tavares, 2024), descrevia como ilustradores brasileiros tinham perdido grande parte da renda mensal devido a substituição de seus trabalhos por imagens geradas por inteligência artificial (IA). Seus antigos clientes deixavam de encomendar suas ilustrações justificando a velocidade e a profusão de alternativas que a nova tecnologia permite. Ainda, segundo a reportagem, foi registrada uma queda de 26% no nível de emprego de ilustradores de acordo com uma pesquisa realizada pela Society of Arts do Reino Unido, um sindicato da categoria.

Esse desequilíbrio no mercado de trabalho, suscitou protestos como as greves dos roteiristas de Hollywood e dos animadores e artistas em Burbank (Animation Guild Writers, [2024]). O que eles reivindicam, além da proteção trabalhista quanto ao uso indiscriminado da inteligência artificial, é a compensação pelo uso não autorizado de suas imagens para treinamento das chamadas inteligências artificiais, assim como a proibição da “raspagem” de imagens da internet – que possuem direitos autorais – mas têm sido usados com a desculpa de que seriam de domínio público por estarem disponíveis publicamente.

Apesar de todo o *hype* e de quase toda tecnologia atual utilizar o termo “inteligência artificial” como um argumento de venda, aqui nos referimos apenas à inteligência artificial generativa ou GenAI. O nome GenAI se refere aos processos artificiais algorítmicos que “raspam” – buscam e alimentam seu treinamento – em imagens de toda a internet. Ou seja, funcionam como uma grande rede de “pesca predatória” que junto do “atum” trarão “golfinhos e peixes” pequenos que deveriam estar crescendo e se reproduzindo para a próxima estação de pesca.

Os textos e imagens assim pescados alimentarão e treinarão redes neurais que, por sua vez, darão saídas em textos ou imagens parecidos com seus predecessores, mas nem tanto, de modo que passariam por obras originais. A GenAI, que lida com imagens, é treinada, grosso modo, em figuras que recebem algum tipo de legenda ou descrição. Essas descrições em texto são associadas às imagens. Os programas de GenAI revertem o processo: ao invés de atribuir texto às imagens, atribuem imagens aos textos que se assemelham àqueles utilizados no treinamento, com base na sua pescaria ou raspagem. O usuário digita uma certa descrição – chamada de *prompt* – e os softwares instalados localmente nos computadores ou na nuvem trazem uma imagem como resposta.

Todas essas novas tecnologias que parecem quase “milagrosas” aos olhos leigos, como o *Natural Language Processing* (NLP) [processamento de linguagem natural], o *Deep learning* [Aprendizado profundo] e os *Large language Models* (LLM) [modelos de linguagem ampla], são todos modelos de aprendizado de máquina treinados para aprender a partir de enormes bases de dados que são parametrizados por *clickworkers* precarizados e plataformizados para roubarem a expertise e imagens de artistas (Faustino; Lippold, 2023) . Ou seja, o “artificial” da sigla AI é relativo. A ampliação e sofisticação dessa rede neural artificial baseada em dados que alimenta as GenAI, é fruto da apropriação privada do conhecimento socialmente produzido engendrado pelas big techs.

O mais conhecido software de GenAI atualmente é o ChatGPT, que fornece respostas principalmente em texto e tem como seus concorrentes o Gemini, do Google, e o Claude, da Antropic. Existem, entretanto, outros softwares cuja saída é exclusivamente de imagens. Os mais famosos são Stable Diffusion e Midjourney. Ambos baseiam suas imagens no banco de dados Laion (Schuhmann, 2004), localizado na Alemanha. Também, segundo notícias mais recentes em ilustrações postadas em sites antes voltados à artistas de carne e osso, como o DevianArt e o ArtStation, assim como o Instagram (Mckenzie, 2024).

A OpenAi, dona do Sora, um software de GenAI que produz vídeos a partir de texto, no entanto, não abre seus dados de treinamento (Naraianan; Kapoor, 2024; Ropek, 2024). A empresa Runway proprietária do software online homônimo foi acusada de usar inúmeros vídeos postados na rede social Youtube para o treinamento de sua IA generativa. O que não deixa de ser uma ironia, visto que o próprio Google tem sua própria IA e tem criado vídeos artificialmente.

A Adobe Creative Cloud, hoje a principal plataforma de softwares utilizados por ilustradores, como Photoshop e Illustrator, apresentou recentemente uma investida em IA generativa. Além de apresentar novas suítes GenAI, a empresa atualizou seus termos de uso, o que levantou suspeitas de alguns usuários de que os termos atualizados permitirão à empresa utilizar conteúdos de alta qualidade criados pelos próprios usuários para treinar futuros modelos de IA. a Empresa, entretanto, nega as suspeitas e afirma que usa somente modelos licenciados como o Adobe Stock (Lopes, 2024).

No horizonte da Inteligência Artificial, na prática, nada impede que usuários que fizerem um design, ilustração, ou mesmo um vídeo com softwares de empresas que desenvolvem e utilizam GenAI, terão o seu trabalho criativo incorporado a bancos de dados para treinar suas GenAI. Sem transparência de dados e fiscalização, a propriedade criativa dos artistas está sempre por um fio.

Essas empresas e outras como elas extraem valor dos criadores individuais, reembalam-no e vendem aos consumidores na forma de assinaturas ou de propaganda. É uma extensão da lógica das redes sociais. O usuário produz o conteúdo e entrega seus dados gratuitamente e, em troca, recebe entretenimento viciante.

COMPETIÇÃO DESLEAL

Vários artistas *freelancers* estão vendo minguar suas encomendas e os departamentos de artes em empresas de jogos, animação e editorial vêm demitindo seus trabalhadores. Não houve e, provavelmente, não haverá compensação para os artistas que tiveram seus dados utilizados para treinar as inteligências artificiais. Sequer houve consentimento para que isso ocorresse. Só restou aos ilustradores lidar com a perda de suas oportunidades, o fechamento do mercado e a queda dos salários (Merchant, 2024a; Tavares, 2024). O empresariado se anima com a possibilidade de corte de custos e executivos pretendem utilizar a IA para diminuir os custos trabalhistas, cortar empregos e disciplinar a mão de obra (Merchant, 2024b).

Em profissões como a do ilustrador, designer gráfico ou músico, para a maioria que não chega ao estrelato, a substituição parece ser sem problemas no mundo empresarial. Os ativos do design e das artes parecem ser universais o suficiente para serem aprendidos pelas máquinas. Mesmo que a aplicação jurídica ou médica seja substituída pela IA, as guildas que encampam estas atividades protegerão seus ofícios pela sinalização de sua importância pela chancela de seus conselhos profissionais e o seu consolidado status social.

Ainda que a troca pela IA se revele pouco efetiva em produções que exigem sinergia entre múltiplos atores como a indústria da animação, o mercado de trabalho para os artistas já terá sido tão prejudicado, que dificilmente se recuperaria (Merchant, 2024b). Os funcionários em nível gerencial já pressionam os seus ilustradores a utilizar a IA para aumentar sua produtividade (Merchant, 2024a; Tavares, 2024).

O lançamento de plataformas com imagens prontas como o Canva, permitiram que o usuário comum tivesse ao seu dispor uma enorme quantidade de *assets* e designs prontos. Como se não fosse o suficiente, os geradores de imagens e textos produzem uma infinidade de imagens e criam um *dumping*¹, jogando os preços da produção ao chão. Imprensa e editores vão se apegando a essas soluções mesmo sabendo ou talvez ignorando que estão colocando suas carreiras na mão de trustes *high tech*.

Com a internet saturada de imagens, o cliente médio e pequeno, que precisa das imagens para campanhas de curtíssima duração, usará sem pestanejar. Ele se acostumou a softwares e plataformas cujo negócio é prender a atenção e vender dados dos usuários – fornece ferramentas e *assets* ‘gratuitos’ economizando horas de trabalho em softwares padrão de mercado como o After Effects. A profusão de material gratuito parece ter criado uma mentalidade de que tudo que está na rede é de graça e está lá para ser livremente utilizado. Só o trabalho do influenciador/montador seria importante, enquanto o daqueles que produzem os insumos para sua performance são invisíveis ou, na melhor das hipóteses, precarizados. O pequeno e microempresário praticamente desconhece que exista um mercado de artes aplicadas ou design para sua empresa e, para todos os efeitos, arte ou design é algo que não entra em seu orçamento.

A ilustração, apesar de onipresente, não é paga aos autores como deveria. A pirataria é muito comum. É fácil encontrar produtos que utilizam propriedade intelectual privada - como os personagens da Marvel e Disney - sem pagar por isso. Com a facilidade de fazer download de uma imagem e colocá-la em um novo design, o desafio técnico já não é um impedimento. O autor que não tem um grupo gigantesco de advogados trabalhando para si – ou seja, quase todos os artistas –

¹ **Dumping** “ocorre quando mercadorias são exportadas a um preço inferior ao seu valor normal, o que geralmente significa que são exportadas por um preço inferior ao que são vendidas no mercado interno ou em mercados de terceiros países, ou por um preço inferior ao custo de produção”. (Dumping, [2024], tradução nossa).

está praticamente indefeso ao postar seus trabalhos nas redes sociais. Sua imagem está ao alcance de cada um e, pior, das empresas de imagens generativas. As redes sociais estão recheadas de portfólios prontos para o assalto.

Depois da internet 2.0, a discussão sobre propriedade ficou particularmente difícil. White (2024) coloca que, quando as mídias digitais estavam alocadas em hardware, como dvds ou cds, ou arquivos pdf ou mp3 baixados de um software de compartilhamento, o usuário tinha alguma propriedade sobre aquilo que tinha em seu computador. Claro, isso abriu espaço para a pirataria, de modo que as empresas que vendiam música e livros colocaram restrições criando arquivos DRM. No entanto, aquilo que você comprou de plataformas que usam o DRM pode sumir de uma hora para outra se essa empresa sair do mercado ou for adquirida por um peixe maior. Este seria o lado do usuário.

Há o lado do criador, que nos interessa mais aqui. As redes sociais usam o trabalho criado por artistas para vender seus anúncios. Ela às vezes remunera os autores, como faz o Youtube, mas costuma mudar os termos com frequência de modo a diminuir os valores pagos aos criadores. O custo de troca de plataforma, a falta de portabilidade de dados e a provável perda de audiência limita a possibilidade de mudar a hospedagem de seus trabalhos artísticos.

No limbo das definições legais do que é propriedade do artista e do que pode se tornar propriedade das empresas, a balança acaba pendendo para o lado das empresas. As plataformas usaram imagens com direitos autorais para treinamento de seus LLM sem consentimento e nenhuma compensação (Merchant, 2024b). Mesmo que a falta de ética da raspagem seja óbvia, sai muito mais barato treinar em imagens com direitos autorais: “a OpenAI admite que treinar modelos de linguagem apenas em dados de domínio público resultaria em um produto inútil” (Naraianan; Kapoor, 2024).

A GENAI DEMOCRATIZA A CRIATIVIDADE?

As ferramentas de GenAI são comercializadas sob o argumento de que democratizaram a criação. Tal como o software online Canva, cujo slogan é “democratizar o design”. A ideia subjacente com a qual se tenta ludibriar o público é a de que todas as pessoas seriam criativas, mas não teriam as habilidades necessárias para materializar essa capacidade. Digitando algumas instruções de texto, a limitação técnica seria eliminada e todos poderiam ser criativos “de facto” a partir de agora.

Merchant (2024a) nos mostra que a palavra “democratizar” tem sido usada pelas corporações de tecnologia como uma maneira perfumada de dizer que almejam o maior número possível de clientes pagantes. Um argumento a favor da suposta democratização é o de que o acesso à criatividade estava bloqueado aos não iniciados (leia-se pessoas sem treinamento em artes) por barreiras impostas pelos artistas “tradicionais”. Como Merchant, complementa, não há barreira real e não há nada mais democrático do que papel e lápis. Sem internet, sem softwares caros, sem assinatura.

O usuário pode se sentir feliz em digitar algumas palavras e ter diante de si uma ilustração com aspecto profissional que, de outra forma, ele teria de pagar a um ilustrador ou comprar de um banco de imagens. Parece empoderador e a propaganda das empresas de imagens generativas falam de “democratizar a arte”. Receber imagens de si mesmo ou de seu filho como um personagem da Pixar ou da Marvel sem ter o ônus de desenvolver a habilidade da ilustração ou pagar pela habilidade de alguém.

Mas, digitar algumas linhas de texto e solicitar imagens fará de alguém um autor? Qual o problema com esta ideia? Vamos imaginar que Michelangelo recebeu a encomenda da Capela Sistina do Papa Júlio II. A igreja foi o grande Mecenas da arte renascentista e era representada pelos clérigos de alto escalão que faziam

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo

suas encomendas aos artistas. Essas encomendas tinham um resumo do que era necessário para a obra de arte. Simplificando, poderíamos ter uma instrução do tipo: “faça uma pintura no teto da capela representando a Criação e que tenha uma representação da relação do homem e de Deus”. Depois de idas e vindas, esboços, conversas adicionais e anos de espera, eis que o resultado surgiu no teto da capela da forma como conhecemos hoje.

Se concentramos, para fins de simplificação, toda a instrução nesse processo como dada por um único bispo. Esse bispo seria um digitador de prompts e Michelangelo, grosseiramente falando o executor desse *prompt*. Seguindo a lógica comercial da GenAI, nosso hipotético bispo seria um criativo e Michelangelo uma inteligência (natural) que materializa esta criatividade. Alguém em sã consciência concorda com isso?

Encomendar arte não é ser artista. Pedir uma pizza por telefone não faz de alguém um pizzaiolo. Explicar ao médico os seus sintomas, não faz de ninguém um médico. A proficiência em palpites para utilizar as ferramentas de design não faz de quem está utilizando um profissional da área com conhecimentos específicos para que a sua criação tenha resultado.

Ser ilustrador exige décadas de prática. Assim como um pianista dedica longas horas de sua vida ao seu treinamento, assim também faz o ilustrador. Encontrar seu estilo, sua voz, depende da observação e estudo do trabalho de outros artistas. A síntese de vários estilos admirados, a forma como cada mão e cada mente conseguem transformar essas referências e registrá-las no papel ou na tela eletrônica, farão este estilo surgir. Cada pessoa tem sua própria história, suas preferências, que vão moldar sua voz única e chegar a essa voz toma uma existência inteira de experiências individuais e intransferíveis.

O artista por não suportar as frustrações impostas pela realidade, afasta-se dela refugiando-se no universo fantástico, todavia encontra o caminho de volta para

a realidade, “fazendo uso de dons especiais que transformam suas fantasias em verdades de um novo tipo, que são valorizadas pelos homens como reflexos preciosos da realidade” (Kupperman, 2003, p. 59). Perdendo o direito da criação, perde-se a genialidade da imagem, algo impensável, fantasioso.

O estilo pode ser definido pela sua maneira de expressão característica e definidora de um artista ou um grupo de artistas que, mesmo partindo de materiais similares e utilizando-se de técnicas em comum, são capazes de desenvolverem um projeto poético individual, capaz de conciliar os elementos formais e conceituais que fundamentam os princípios éticos do seu trabalho.

Podemos citar como exemplo os artistas Robert Crumb e Gilbert Shelton, ambos se apropriam do estilo *underground* norte-americano, um estilo caracteristicamente “sujo” baseado em hachuras produzidas com bico de pena. Ambos os artistas são norte-americanos, contemporâneos e, em muitos trabalhos, partilham também dos mesmos temas, no entanto, conseguem ser ao mesmo tempo distintos e copartícipes de um mesmo “estilo”, o *underground*, sem necessariamente repetirem-se a si mesmos ou um ao outro (Moreira; Silveira, 2022, p. 147–148).

A integralidade da vida, e não só a técnica, conduz à adaptação criativa: “toda a prática criadora há fios condutores relacionados à produção de uma obra específica que, por sua vez, atam a obra daquele criador, como um todo” (Salles, 1998, p. 44), formado, dentre outras coisas, por gostos e crenças que regem o seu modo de ação. É essa singularidade do artista, formada no campo da unicidade de cada indivíduo que constitui a espessura do seu projeto estético:

Dispomos de um repertório inconsciente de saberes de senso comum baseado na experiência e no que Heidegger chamava de nosso ‘ser-no-mundo’. Esse conhecimento é tácito e não pode ser formalizado [...] a IA não pode capturar esse significado e conhecimento de fundo [...] Somente os seres humanos podem discernir o que é relevante porque, como seres corporificados e existenciais, estamos envolvidos no

mundo e somos capazes de responder às demandas de cada situação (Coeckelbergh, 2023, p. 38).

Um trabalho de espessura requer tempo. De pesquisa, produção, dedicação, de erro, fruição, atenção, disposição. Um tempo vivido e experimentado em uma existência corporificada.

A Aceleração produz um empobrecimento da experiência, porque estamos expostos a uma massa crescente de estímulos que não podemos elaborar com a forma intensiva de prazer e conhecimento. Mais informação e menos significado. Mais Informação e menos prazer (Bifo *apud*. Faustino; Lippold, 2023).

Experimentar um objeto estético, tanto para quem faz, como para quem frui, requer esse tempo que é suprimido dentro de uma lógica mercadológica de economia de atenção, transformando-a em um *commodity* negociado a um baixo custo monetário e um alto custo subjetivo.

UMA DISTOPIA CAPITALISTA DISFARÇADA DE PROGRESSO

A AI parece realizar os sonhos capitalistas: a empresa sem empregados; a redução ou desaparecimento das classes médias instruídas e qualificadas (os chamados colarinhos brancos) pelo apertar de botões; e o pesadelo das grandes multidões de trabalhadores braçais empobrecidos do século XIX de romancistas russos ou ingleses.

Como Bregman (2017) explica, a riqueza costuma se dar através do rentismo, controlando algo que já existe, como terras, trabalho, dinheiro ou conhecimento. As *big techs* se aproveitam da pesquisa desenvolvida em universidades com dinheiro público, da infraestrutura existente e do conteúdo livremente desenvolvido pelos

usuários para cobrar de volta por aquilo que conseguiram gratuitamente. Goodwin (*apud* Bregman, 2017, tradução nossa) chama isto de Capitalismo de Plataforma:

Uber, a maior empresa de táxi do mundo, não possui veículos. O Facebook, o proprietário de mídia mais popular do mundo, não cria conteúdo. Alibaba, o varejista mais valioso, não tem estoque. E o Airbnb, o maior provedor de acomodações do mundo, não possui imóveis.

Por concentrar toda a oferta em poucas plataformas, as *big techs* podem espremer seus fornecedores de maneira a oferecer menores preços aos usuários em um primeiro momento. Apenas em um primeiro momento. Como elas têm um quase monopólio, as *big techs* conseguem controlar os preços tanto em uma ponta quanto na outra: espremem os fornecedores e os usuários assim que o monopólio se solidifica. Ao destruir vários pequenos negócios e retirando um grande contingente de pequenos, microempresários e principalmente freelancers de classe média e jogando-os para a linha de pobreza.

Uma assinatura de alguns dólares que vai aumentando acima da inflação assim que as marcas estão consolidadas. Pensemos na assinatura da Netflix e Amazon. Seus preços não foram subindo mais do que os salários e a inflação? Essas empresas precisam do gás russo ou do trigo ucraniano para aumentarem seus preços? Algo teria feito com que seus custos aumentassem ao ponto de terem de ser repassados aos clientes?

Assim como o número de consumidores aumenta, os valores também são reajustados para mais. Se a quantidade de assinaturas atingir uma determinada meta ou atingir algum platô, onde não há um acréscimo de assinantes considerado gananciosamente como suficiente, basta aumentar o valor das assinaturas (Bregman, 2017). É isso que acontece em monopólios privados: gás, energia, água. Um aumento, mesmo que sem nenhuma melhoria ou algo que valha o serviço.

O mesmo acontecerá aos inebriados entusiastas da AI. Quando estiverem viciados nos seus novos brinquedos (DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion – e Canva! – que haviam prometido a democratização da Criatividade, um slogan marketeiro para excreção de imagens copiadas por pessoas sem capacidade, talento ou vontade de se qualificar, seus valores de assinatura aumentarão. Enquanto isso, empresas e freelancers estarão em ruínas e já não haverá concorrentes para oferecer alternativas em qualidade, já que em preço será impossível concorrer com os serviços de escala global.

Em um passado relativamente recente havia algum tipo de curadoria para os trabalhos de arte comercial pelas editoras ou pelas emissoras de tevê. Mesmo na internet do ano 2000, ser artista e divulgar seu trabalho online envolvia a criação de um site e uma escolha cuidadosa de peças gráficas para concorrer pela atenção do mercado e para economizar largura de banda da limitada internet da época.

Mesmo com a propalada moderação das plataformas, imagens nazistas, racistas e preconceituosas foram obtidas. Algumas plataformas, como o Twitter/X, não criam nenhuma barreira para a criação de imagens em nome da liberdade de expressão (Jackson; Berger, 2023). Tem aumentado o número de imagens *deep fake* de crianças e adolescentes. Eles são criados para intimidar, chantagear e criar pornografia. São distribuídos com relativa facilidade devido a falhas de moderação de conteúdo. A plataforma Twitter/X é particularmente insegura devido ao encerramento da equipe de segurança da empresa (Klee, 2023). As imagens particulares são utilizadas de forma indiscriminada abrindo novos caminhos para que a ética autoral se perca, desta forma todo tipo de imagem particular ou não pode ser explorada.

Após o advento das imagens generativas, há um esfarelamento da confiança. Como saberemos que aquilo que vemos é fruto do esforço e talento humano? Como um contratante saberá que está pagando por uma obra de criatividade humana? A preguiça e a desonestidade andam de mãos juntas.

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo

Para ter algum sentimento de realidade e autenticidade teremos que ver o processo material que deu luz à obra. Sem os detalhes do *making of*, sem o aval de outros humanos que atestem a sua capacidade técnica é improvável que sintamos a “aura” e o respeito pela obra do artista. Como Walter Benjamin (2019) deixa muito claro em seu ensaio *A obra de Arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, não se pode pensar as artes e a estética sem levar em conta a política.

Neste ensaio Benjamin define a *aura* como uma qualidade única e inimitável de uma obra de arte, vinculada ao seu “aqui e agora”, ou seja, à sua singularidade no tempo e no espaço. A aura está ligada ao valor cultural e histórico da obra, à sua autenticidade e irrepetibilidade, fatores que conferem à obra um tipo de presença especial.

Benjamin argumenta que, na era moderna, com o desenvolvimento de tecnologias de reprodução de massa, a aura da obra de arte é diminuída. Neste contexto do início do século XX, a reprodutibilidade técnica torna as obras acessíveis, por meio de sua reprodução, mas, deslocando-as de seu contexto original. Isso gera uma mudança na percepção e na experiência estética que ele chama de “perda da aura”, ou seja: a reprodutibilidade torna as obras mais democráticas, acessíveis ao grande público, porém, elas perdem seu caráter único e ritualístico, que Benjamin associava ao culto e ao valor de exposição.

Essa perda da aura tem implicações para a arte e para a cultura. Para Benjamin, ela transforma a função da arte de um objeto de adoração e contemplação em um objeto de consumo e crítica, o que ele via de forma ambivalente. Por um lado, a perda da aura retira o caráter elitista da arte, permitindo que mais pessoas tenham acesso a ela; por outro, leva a uma experiência mais superficial e distanciada.

A democratização e o acesso ao repertório artístico universal por meio da reprodução era a razão da ambivalência no julgamento de Benjamin, mas como

pensar a perda da aura quase cem anos depois das reflexões de Benjamin, e à luz da GenAI? A História agora é outra.

A democratização de acesso ao suprasumo para produção humana dá lugar a apropriação indébita da produção intelectual de artistas mortos e vivos, e sem nenhum consentimento ou remuneração, para produção em escala industrial de obras ditas “originais”, mas que na verdade são pastiches de um repositório quase inesgotável fruto da exploração do trabalho artístico alheio.

O problema que Benjamin previa era o de que, por meio da reprodução, a arte se transformaria em mercadoria, tornando suspenso o valor de obra artística única. Em um mundo em que pode haver muitas outras obras iguais, a ilustração, assim como as outras artes perdem sua aura, característica essencial de ser genuína. Agora, a própria autoria é implodida, a “raspagem” de dados aliada a mixagem de fontes realizadas pelo algoritmo escamoteia sua origem, resultando em uma obra/produto que ecoa e desgasta suas matrizes originais, desidratando seu valor cultural e monetário. Oferecendo a mera sombra de um trabalho artístico, lapidado às custas da exploração desumanizada da propriedade intelectual alheia.

Quando o mercado é inundado por produções de IA gratuitamente ou a preço baixíssimo, como um cliente de ilustração saberá se está pagando por um trabalho autêntico realizado por um ser humano, algo que exigiu esforço? Serão necessários vídeos ou fotos para comprovar a prática real? Infelizmente, já existem vídeos falsos de “*making of*” criados por GenAI (Xo, 2024). Serão precisos os arquivos com todas as camadas para que o cliente possa crer que está levando para a casa algo real, fruto de trabalho? Ou os trabalhos terão que ser executados manualmente para comprovar a veracidade de que foram realizados pelo ilustrador?

O RETORNO AO MATERIAL

Cartéis de empresas roubam os trabalhos de existências inteiras e alimentam máquinas estatísticas. Através de prompts, eles criam simulacros de arte que são impossíveis de serem admirados pois neles não houve nenhum esforço humano. O que admiramos é o esforço, a voz única, que mesmo os artistas mais comerciais, seguindo as modas mais passageiras, terão. A arte acabará, após a ascensão da AI?

A música, dança, pintura, escultura, teatro, literatura, cinema, fotografia, história em quadrinhos e games serão suprimidas apenas em “arte digital”, literalmente? Sem a inspiração e criação de pessoas reais, qual o valor sentimental, emocional, histórico agregado a qualquer uma das manifestações artísticas?

Quando a saída de ilustrações está centralizada em poucas empresas tecnológicas de alcance mundial, a situação já precária dos ilustradores é desvalorizada imensamente, pois não é possível igualar ao preço em centavos que a grande escala da clientela tecnológica permite.

A propriedade da capacidade de trabalho do ilustrador, que seria a única coisa valiosa comercializável, praticamente não vale quase nada. Em contrapartida, a propriedade da capacidade de produzir ilustrações sob demanda está concentrada nas empresas de GenAI. Elas se transformaram nas donas dos meios de produção. O trabalho capacitado da categoria profissional é trocado pelo apertar de um botão. Como em outras áreas do mercado, o trabalhador qualificado é substituído pela linha de produção.

Ainda que o ilustrador se renda à promessa da rapidez que a utilização da IA em seus processos, quem desejaria pagar por sua obra, sabendo que ele mesmo tem a possibilidade de obter imagens com a digitação de umas poucas palavras? A propriedade sair das mãos do trabalhador ou do pequeno empresário e cair na mão de poucas empresas não é democratizar. É concentrar e oligarquizar.

Quais caminhos seriam possíveis diante dessa nova realidade em que softwares foram pensados em entregar resultados ao invés de serem ferramentas? Convém pensar na ilustração em termos de sua atuação comercial, de modo que a sobrevivência profissional se encontre com o aspecto profundamente humano da arte. Ela serviu para acompanhar publicidades, criar charges políticas, informar usos de produtos e criar manuais de instruções. Os métodos de gravação e impressão eram sua característica marcante, além, é claro, de sua aplicação comercial.

A ilustração digital é uma filha das artes gráficas. Quando o processo tradicional das artes gráficas foi se encaminhando para o digital, os ilustradores desenhavam e pintavam, seus originais eram fotografados e digitalizados. Conforme melhores e mais baratas mesas digitalizadoras e programas de ilustração dedicados como Painter (antes de ser comprado pela Corel) e ferramentas de pintura ficaram mais disponíveis no Photoshop, não tardou para surgirem também softwares *open source* como o Gimp, Inkscape e Krita, que ajudaram a horizontalizar o acesso a essas ferramentas digitais, possibilitando que os ilustradores pudessem trabalhar diretamente em seus computadores, pulando a etapa do papel e tinta.

O desenho, uma manifestação profunda da alma humana, como todas as dificuldades, pôde ser uma forma de garantir a subsistência. A ilustração, como uma arte gráfica, caminhou lado a lado com as artes plásticas. Ainda que sem o mesmo prestígio na história da arte, durante muito tempo foi resultado das mesmas mãos. Quem fazia a arte gráfica também fazia as artes plásticas, como o renascentista Albrecht Dürer. A tela e o papel caminharam paralelamente.

Conforme a especialização do trabalho se intensificou, mais e mais artistas adentraram na ilustração digital. A saída do trabalho muitas vezes não estava em uma mídia física, e com a internet, ficou completamente digital da criação à veiculação. Produzir artes plásticas e artes gráficas pode devolver um senso de propósito, roubado pela desumanização do digital. A renda pode vir da venda

de artigos únicos, repletos da aura no sentido benjaminiano ou impressos pelos métodos tradicionais em quantidades limitadas.

Talvez caiba, agora, o caminho inverso: o retorno para a mídia física, as artes gráficas e as artes plásticas. A ilustração terá que ser manual, para ser valorizada na mesma classe que as artes plásticas e afins. Manual em seu primeiro caráter de criação, com características manuais de técnicas que demonstrem claramente o poder da criatividade aplicada em cada produção. Pois somente com essa característica se diferenciará, assim como a pintura. Talvez seja preciso voltar aos primórdios para poder se destacar.

O ilustrador deverá ser, a um só tempo, um desenhista, pintor, impressor, ou seja, um artista gráfico e plástico. Dono de todas as etapas de produção de forma não alienada. No mundo digital, com seus clientes corporativos, por outro lado, deverá manter registros de sua produção e vender os originais físicos de suas ilustrações ou os arquivos em camadas com algum tipo de autenticação.

Neste novo contexto, esse cliente terá de fazer uma escolha política, moral e econômica. Ele, conscientemente, deverá escolher uma obra humana ao invés de uma obra digital apesar do incentivo econômico: ao invés de uma música assinada, um valor mais digno para um artista vivo, de carne e osso. A escolha política é a de que se deve ter a preferência pelo vivo e orgânico. E entender que há a precarização do trabalho, o roubo da habilidade e do espírito humano em razão da automatização. A escolha é moral, no sentido de que as realizações do espírito humano, aquilo que faz de nós humanos, nossa arte, nossa literatura, está sendo delegada a um vomitador de texto e desenho que não tem nenhuma consciência e nenhuma experiência real que tenha lhe conduzido paulatinamente ao seu estilo.

Delegar a produção de arte à algoritmos é entregar a alma humana a um receptáculo metálico que se estende por cabos, redes e contas bancárias que se importam tão somente com o lucro. Pode ser uma vingança conveniente para o fã de arte

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo

que nunca se sentou para praticá-la. Mas, a médio prazo – porque a longo prazo, não fazemos ideia do que acontecerá – significa a desistência da criação artística como meio de subsistência. A exortação romântica de que se deveria fazer o que se ama sempre foi uma aventura temerária para quem estava disposto a colocá-la em prática.

Seria ingenuidade pensar que a ilustração e outras criações artísticas estariam a salvo da automação e da cobiça capitalista que as entendem como “conteúdo”, uma *commodity*. As esperanças da internet como uma vitrine internacional, propícia às oportunidades de negócio e admiração mútua perderam muito do seu encanto desde a popularização da GenAI. A aventura de viver de ilustração ficou ainda mais temerária.

Os adoradores do culto da tecnologia atualmente têm a facilidade de mimetizar os resultados sem passar pelas dores e os amores do processo. Haja vista a homogeneidade dos resultados e pela franca aversão do público a se sentir enganado pela GenAI, vê-se que o artista é ainda o único que pode trazer os sentimentos, os questionamentos e alimentar a curiosidade humana em um mundo de automação e de vendas em escala das plataformas digitais. Se ao ilustrador não resta alternativa além de buscar outros meios de criação artística e sustento, cabe ao não-artista reativar seu sentimento de admiração, espanto e satisfação pela materialização da sua cultura circundante, de seus anseios, medos e esperanças na atividade do artista.

CONCLUSÃO

O surgimento da inteligência artificial generativa (GenAI) representa um desafio para a profissão de ilustrador e para a própria noção de criatividade humana. As promessas de democratização da arte, propagadas pelas empresas de tecnologia, escondem uma realidade preocupante: a concentração de poder nas mãos

de poucas empresas, a exploração do trabalho artístico, a desvalorização da experiência humana e a erosão da confiança na autenticidade da criação.

A GenAI se alimenta da apropriação indébita do trabalho de artistas, utilizando suas obras para treinar algoritmos sem consentimento ou compensação. Essa “raspagem” de dados, justificada sob o argumento de que imagens disponíveis na internet são de domínio público, ignora completamente os direitos autorais e a ética profissional. A falta de transparência por parte das empresas de tecnologia, que muitas vezes se recusam a revelar os dados utilizados para treinar seus algoritmos, agrava ainda mais o problema.

A GenAI, ao invés de democratizar a criatividade, promove uma ilusão de empoderamento, levando o usuário a acreditar que a mera digitação de um *prompt* o transforma em artista. Essa lógica simplista ignora a complexidade da criação artística, que envolve anos de prática, desenvolvimento de um estilo próprio, e a incorporação de experiências de vida. Reduzir o artista a um mero executor de comandos é negar a singularidade de sua voz e a “aura” de sua obra.

A “aura”, conceito desenvolvido pelo filósofo Walter Benjamin, refere-se à autenticidade e à singularidade da obra de arte, características intrinsecamente ligadas à sua materialidade e ao contexto histórico em que foi criada. A reprodutibilidade técnica, segundo Benjamin, ameaça a aura da obra de arte, tornando-a um objeto de consumo massificado. A GenAI, ao produzir simulacros de arte em escala industrial, intensifica essa ameaça, esvaziando a obra de seu significado e de seu valor cultural.

Diante desse cenário, a proposta de um retorno à mídia física e às artes plásticas surge como uma forma de resistência. Retomar o contato com a materialidade da criação, valorizar o processo manual e a singularidade da obra, pode ser um caminho para resgatar a aura da arte e reafirmar o valor do trabalho humano. O

ilustrador, nesse contexto, se torna um artesão, dominando todas as etapas da produção artística, desde a concepção até a materialização da obra.

No mundo digital, a luta pela sobrevivência exige novas estratégias. A documentação do processo criativo, a venda de originais físicos e a autenticação de arquivos digitais podem ser ferramentas importantes para garantir a autoria da obra e combater a desvalorização do trabalho. No entanto, a conscientização do público sobre a importância de valorizar a arte humana é fundamental para a construção de um futuro mais justo e sustentável para a ilustração.

A escolha entre a arte humana e a arte artificial é, em última instância, uma escolha política, moral e econômica. Optar pela obra humana significa valorizar o trabalho, a criatividade e a experiência de um artista. Significa reconhecer a importância da arte como expressão da alma humana e como elemento fundamental da nossa cultura. É um ato de resistência contra a lógica desumanizante do capitalismo de plataforma, que busca transformar em mercadoria a capacidade de criar. A GenAI, apesar de seus avanços tecnológicos, não é capaz de substituir a sensibilidade, a criatividade e a capacidade de conectar-se com o mundo de forma única e profunda que caracteriza o artista humano.

ANDREO, Marcelo Castro; TOZATTI, Danielle de Marchi; MOREIRA, Valter do Carmo

KLEE, M. An AI Nightmare Has Arrived for Twitter: and the FBI. *Rolling Stone*, New York, 17 Oct. 2023. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/ai-explicit-material-twitter-big-tech-1234855484/>. Acesso em: 11 set. 2024.

KUPPERMANN, D. *Ousar rir*: humor, criação e psicanálise. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2003.

LOPES, A. Adobe atualiza termos de uso e sugere usar artes feitas por usuários para treinar IAs. *Exame*, São Paulo, 7 jun. 2024. Disponível em: <https://exame.com/inteligencia-artificial/adobe-quer-usar-artes-feitas-por-usuarios-para-treinar-ias/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

MCKENZIE, T. Artists Warn About Midjourney's Data-Scraping Bot on ArtStation. *80 Level*, [S. l.], 18 Jan. 2024. Disponível em: <https://80.lv/articles/artists-warn-about-midjourney-s-data-scraping-bot-on-artstation/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

MERCHANT, B. AI is not "democratizing creativity." It's doing the opposite. *Blood in the machine*, [S. l.], 11 Jul. 2024a. Disponível em: <https://substack.com/home/post/p-146474413>. Acesso em: 12 jul. 2024.

MERCHANT, B. The artists fighting to save their jobs and their work from AI are gaining ground. *Blood in the machine*, [S. l.], 16 Aug. 2024b. Disponível em: <https://substack.com/home/post/p-147769751>. Acesso em: 18 ago. 2024.

MOREIRA, V. do C.; SILVEIRA, G. L. B. Objeto, superfície, matéria e mergulho: a investigação poética "em" quadrinhos e "sobre" quadrinhos. *Quadrinhos e Conexões Intermédias*, Leopoldina, v. 1, p. 143-161, 2022.

ROPEK, L. OpenAI's Sora Is a Giant "F*ck You" to Reality. *Gizmodo*, [s. l.], 15 Feb. 2024. Disponível em: <https://gizmodo.com/openais-sora-is-a-giant-f-ck-you-to-reality-1851261587>. Acesso em: 17 fev. 2024.

SALLES, C. A. *Gesto Inacabado*: processo de criação artística. São Paulo: Annablume, 1998.

