

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA EDITORAÇÃO E NO AUDIOVISUAL:
PRINCÍPIOS ÉTICOS E BOAS PRÁTICAS**

**ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN PUBLISHING AND AUDIOVISUAL:
ETHICAL PRINCIPLES AND BEST PRACTICES**

**INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA EDICIÓN Y EL AUDIOVISUAL:
PRINCIPIOS ÉTICOS Y BUENAS PRÁCTICAS**

João Paulo Hergesel

 ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1145-0467>

Francine de Oliveira Palma

 ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6767-008X>

Data de submissão: 10/02/2025.

Data de aprovação: 12/02/2025.

RESUMO

A interseção entre inteligência artificial (IA) e ética nas áreas de editoração e audiovisual é o tema deste trabalho. O objetivo é investigar as implicações éticas do uso da IA na produção cultural, enfatizando a necessidade de princípios éticos e boas práticas para a implementação dessas tecnologias. A metodologia utilizada é uma pesquisa bibliográfica exploratória, com análise de publicações acadêmicas relevantes sobre o assunto, visando determinar o estado da arte das questões éticas na editoração e no audiovisual. Os principais resultados indicam uma escassez de estudos que tratem especificamente da ética da IA na criação audiovisual e na editoração não científica.

PALAVRAS-CHAVE: Ética. Inteligência Artificial. Produção Cultural.

ABSTRACT

The intersection between artificial intelligence (AI) and ethics in the fields of publishing and audiovisual is the theme of this work. The objective is to investigate the ethical implications of using AI in cultural production, emphasizing the need for ethical principles and best practices for the implementation of these technologies. The methodology used is an exploratory bibliographic research, analyzing relevant academic publications on the subject, aiming to determine the state of the art of ethical issues in publishing and audiovisual. The main results indicate a scarcity of studies specifically addressing AI ethics in audiovisual creation and non-scientific publishing.

KEYWORDS: Ethics. Artificial Intelligence. Cultural Production.

RESUMEN

La intersección entre la inteligencia artificial (IA) y la ética en las áreas de edición y audiovisual es el tema de este trabajo. El objetivo es investigar las implicaciones éticas del uso de la IA en la producción cultural, enfatizando la necesidad de principios éticos y buenas prácticas para la implementación de estas tecnologías. La metodología utilizada es una investigación bibliográfica exploratoria, con análisis de publicaciones académicas relevantes sobre el tema, con el fin de determinar el estado del arte de las cuestiones éticas en la edición y en el audiovisual. Los principales resultados indican una escasez de estudios que aborden específicamente la ética de la IA en la creación audiovisual y en la edición no científica.

PALABRAS CLAVE: Ética. Inteligencia Artificial. Producción Cultural.

INTRODUÇÃO

O uso de inteligência artificial (IA) na cultura oferece novas formas de acesso e participação no cenário cultural contemporâneo. Acreditamos que, ao integrar soluções de IA na produção cultural, especificamente na editoração e no audiovisual, é possível criar conteúdos interativos e personalizados que ressoam com as experiências e necessidades específicas de cada leitor e espectador. Essa abordagem, a nosso ver, não apenas democratiza o acesso a produções culturais, mas também ajuda a promover o desenvolvimento humano e integral.

A Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2022–2026, realizada pela PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda (PwC, 2022), evidencia uma análise global dos diversos segmentos do cenário de E&M, sugerindo as tendências e inovações para esse mercado para o período de cinco anos. Considerando nosso âmbito de pesquisa e as áreas em que conseguimos atuar no desenvolvimento tecnológico, concentramos nosso olhar em quatro segmentos: livros, cinema, televisão e vídeo OTT¹.

O segmento de livros tende a permanecer resiliente, com a receita global projetada para crescer a uma taxa anual de 1,2%, alcançando US\$ 74 bilhões em 2026. Segundo o relatório (PwC, 2022), embora o mercado de livros digitais esteja crescendo mais rapidamente, os livros impressos ainda devem dominar o mercado, representando 74% da receita total em 2026. Entre os principais impulsionadores das vendas de livros, destacam-se autores renomados, eventos políticos, diálogos com a televisão e o cinema, além da força das mídias sociais.

Além disso, o impacto da IA na produção editorial tem sido significativo, sobretudo desde 2023, com a popularização de ferramentas como o ChatGPT (<https://chatgpt.com/>). A proliferação de livros gerados por IA transformou radicalmente o mercado, a ponto de a Amazon implementar restrições para conter a avalanche de publicações automáticas, como relatado por Mathias (2024). Este fenômeno vem levantando preocupações sobre a qualidade e originalidade dos conteúdos disponíveis, além de dificultar para leitores encontrar obras genuinamente criativas e humanas. Na opinião de Araújo (2024), a IA generativa facilita tarefas editoriais como revisão gramatical e geração de resumos, mas também traz desafios éticos sobre a autoria e a integridade intelectual.

Já o segmento de cinema tem sua receita de bilheteria projetada para alcançar um crescimento de 18,9% em 2026, em comparação a 2021. De acordo com o relatório (PwC, 2022), a China tende a se manter como o maior mercado de cinema do mundo em 2026, apesar de ser um mercado isolado; já os sucessos de Hollywood devem continuar impulsionando as receitas da

¹ OTT (*Over-the-Top*) refere-se a serviços de mídia que são oferecidos diretamente aos espectadores pela internet, abrangendo TVOD e SVOD, mencionados neste trabalho, bem como AVOD e PVOD. Especificamente:

- TVOD (*Transactional Video on Demand*) é um modelo de distribuição de vídeo em que os usuários pagam somente pelo conteúdo a que assistem, em forma de compra ou aluguel, como no caso dos produtos oferecidos pelo iTunes e pelo Google Play.
- SVOD (*Subscription Video on Demand*) é um modelo em que os usuários pagam uma assinatura mensal ou anual para acessar um catálogo completo de conteúdos, como é o caso da Netflix e do Prime Video.
- AVOD (*Advertising-Based Video on Demand*) é um modelo que oferece conteúdo gratuitamente aos usuários, financiado por meio de publicidade, como é o caso do YouTube.
- PVOD (*Premium Video on Demand*) é um modelo em que os usuários pagam para acessar conteúdo exclusivo, que foi recentemente lançado, geralmente antes de estar disponível para TVOD ou SVOD.

indústria global. Entre os títulos com potencial para superar a marca de US\$ 1 bilhão nas bilheterias, figuram as narrativas ficcionais protagonizadas por super-heróis.

O segmento de televisão, por sua vez, mostra que o mercado global de TV por assinatura seguirá diminuindo, devido a concorrências alternativas, como plataformas de vídeo sob demanda (SVOD) mais baratas e métodos de transmissão via internet (IPTV)². Além disso, o *home video* continua em forte declínio, acarretando em baixo estoque de mídia física no varejo e redução do acesso a esse produto. Conforme o relatório (PwC, 2022), a estimativa é que a receita total de TV tradicional acarrete um decréscimo 0,8% até 2026.

Por fim, o segmento de vídeo OTT, cujo mercado havia alcançado um pico de crescimento de 35,4% em 2020 devido à pandemia, segue prosperando, ainda que de modo mais lento. Com base no relatório (PwC, 2022), o SVOD continuará respondendo pela maior parte do crescimento da receita nesse setor, sendo que o TVOD deve ter reduções nesse contexto. Destaca-se que a expectativa é que o consumo de OTT na América Latina dobre de tamanho até 2026, resultando, especificamente no Brasil, um CAGR de 9,8% na receita.

Somado a isso, em 2024, nasceu o Showrunner AI (<https://www.showrunner.xyz/>), uma plataforma que permite aos usuários criarem suas próprias séries de animação utilizando apenas um comando simples, combinando a facilidade do ChatGPT com o conceito de um serviço de *streaming* como a Netflix. Desenvolvido pela startup The Simulation, anteriormente Fable Studio, o Showrunner AI representa um avanço significativo na aplicação de inteligência artificial (IA) na produção audiovisual, permitindo a criação de conteúdos personalizados e interativos por qualquer pessoa, independentemente de experiência prévia na área. Como noticiam Perry (2024) e Fregonese (2024), essa tecnologia abre novas possibilidades criativas, mas também levanta questões sobre o futuro dos escritores e produtores humanos, ecoando preocupações como as vistas na greve dos roteiristas em Hollywood, que buscavam limitar o uso de IA para proteger os direitos autorais e a originalidade do trabalho humano.

É visível, portanto, que, embora a IA ofereça ferramentas poderosas para otimização e inovação, é fundamental manter um equilíbrio que se preserve a sensibilidade artística e ética na produção de conteúdo, garantindo que a tecnologia complemente, e não substitua, a criatividade humana. Enquanto recursos como o ChatGPT e o Showrunner AI prometem democratizar a produção de conteúdo editorial e audiovisual, eles também instigam debates sobre a criatividade e autenticidade na era digital, sugerindo um futuro onde a IA pode transformar a indústria cultural de maneiras ainda não totalmente compreendidas.

Diante desse contexto, uma primeira dúvida que nos acomete é: quais são as implicações éticas e antiéticas do uso de soluções de IA em processos de produção cultural contemporânea? Este trabalho, portanto, objetiva realizar uma pesquisa bibliográfica exploratória a fim de estabelecer o estado da arte acerca dos princípios éticos e das boas práticas no uso de IA na editoração e no audiovisual.

² IPTV (*Internet Protocol Television*) refere-se à entrega de conteúdo de televisão por meio de redes baseadas em protocolo de internet, em vez de por meio de sinais tradicionais de cabo ou satélite, como a Pluto TV.

REFERENCIAL TEÓRICO

A crescente integração da IA em diversos setores da indústria tem demonstrado seu potencial transformador, especialmente nos campos da mídia. Estudos recentes ilustram como a IA está remodelando processos criativos e operacionais no audiovisual e na editoração. Há discussões sobre a melhoria da eficiência e personalização de conteúdos até as implicações éticas e de direitos autorais que a tecnologia apresenta.

Chan-Olmsted (2019) analisa a adoção da IA na indústria de mídia. A autora destaca que a IA é uma tecnologia transformadora da era digital, vital para o setor de mídia devido à crescente oferta de produtos digitais e oportunidades publicitárias. Seu estudo explora a aplicação da IA em diversas áreas da mídia, como recomendações de conteúdo, engajamento do público, experiências aumentadas, otimização de mensagens, gestão e criação de conteúdo, obtenção de devolutivas sobre a audiência e automação operacional.

A autora conclui que, embora a IA ofereça grande potencial para melhorar a eficiência e a eficácia das operações de mídia, existem desafios significativos, como equilibrar o julgamento humano e a inteligência artificial, garantindo a integração eficaz dessas tecnologias nos processos existentes. Além disso, Chan-Olmsted (2019) aborda a importância de desenvolver novas estratégias para competir em um mercado onde a escala tradicional está se tornando menos relevante devido à disponibilidade de tecnologias para aluguel e IA.

López Frías (2024) explora a crescente influência da IA na indústria cinematográfica. A autora aborda como a IA está transformando desde a escrita de roteiros e pré-produção até efeitos visuais e sonoros, além de sua utilização na distribuição de filmes. Para ela, a IA não só facilita o processo de criação, mas também levanta questões éticas significativas, especialmente em relação à autenticidade e aos direitos autorais.

O estudo destaca a capacidade da IA em criar conteúdos novos a partir de dados existentes, como roteiros e personagens, e menciona ferramentas como ScriptBook e Dramatron, que auxiliam na análise e geração de roteiros. Exemplos de uso da IA em efeitos visuais incluem a tecnologia *deepfake*, utilizada para recriar atores falecidos ou rejuvenescer atores. Além disso, López Frías (2024) discute a preocupação com a substituição de empregos criativos pela IA e os dilemas éticos que surgem com sua adoção crescente, mencionando ainda a representação da IA em filmes de ficção científica, em que frequentemente é retratada como uma ameaça, refletindo temores humanos atávicos.

Com foco no uso de IA na pós-produção de filmes e televisão, Han e Shao (2022) propõem um algoritmo aprimorado que integra fatores dinâmicos para melhorar a análise e seleção de estratégias inovadoras em ambientes complexos. Os autores destacam que a IA pode otimizar a estratégia de inovação simulando o comportamento humano, o que ajuda a selecionar e ajustar estratégias de produção de forma mais precisa.

O artigo também discute como a IA pode ser aplicada para analisar e classificar obras cinematográficas, proporcionando uma análise mais precisa e adaptada às exigências reais de produção. Han e Shao (2022) concluem que a integração da IA na produção de filmes e televisão

tem um impacto significativo nas estratégias de inovação e que esta abordagem continuará a evoluir, influenciando profundamente a indústria no futuro.

Ao analisar o papel da IA como criadora de conteúdo na indústria editorial Huston (2022) explora como as inteligências generativas podem colaborar na produção de textos literários, tanto como autora quanto como coautora. O estudo utilizou métodos como revisão de literatura, estudos de caso, grupos focais e entrevistas com especialistas do setor para entender melhor as capacidades atuais da IA na criação de literatura. Exemplos incluem o uso do GPT-3 para gerar artigos de opinião e projetos que visam criar romances com auxílio de IA.

A pesquisa revela que, embora a IA ainda não seja capaz de escrever obras literárias complexas de forma independente, ela pode colaborar efetivamente com autores humanos. Também discute questões éticas, como viés algorítmico, homogeneidade cultural e propriedade de conteúdo. Os resultados dos grupos focais indicaram que os leitores podem aceitar contribuições de IA na literatura, especialmente quando não estão cientes da origem do texto. Huston (2022) conclui que, embora as capacidades da IA no campo literário ainda estejam em desenvolvimento, há espaço para sua integração nas casas editoriais como criadora de conteúdo.

Ampliando para questões que vão além da autoria, Liu (2023) discute como a IA implica o desenvolvimento sustentável do setor editorial. Entre os aspectos positivos, a autora defende que a IA melhora a eficiência da produção e a quantidade de conteúdo publicado, permitindo a geração automática de artigos, relatórios e romances, bem como é capaz de analisar grandes volumes de dados para identificar preferências dos leitores, personalizando recomendações de conteúdo e melhorando a experiência de leitura.

Essa automação, no entanto, pode substituir empregos tradicionais na publicação, exigindo adaptação e atualização de habilidades. Além disso, a autora salienta que a IA pode infringir direitos autorais ao usar obras de terceiros, necessitando de um quadro legal e ético robusto para proteção de propriedade intelectual. Por fim, Liu (2023) assume que garantir que o conteúdo gerado pela IA atenda aos padrões da indústria é um desafio, dado que a criatividade humana ainda supera a IA em inovação.

O relatório *People Plus Machines: The Role of Artificial Intelligence in Publishing*, publicado em 2020 pela Publishers Association, que atua como organização voltada ao mercado editorial desde fins do século XIX, analisa o impacto da IA na indústria editorial do Reino Unido. Baseado em entrevistas setoriais, estudos de caso e uma pesquisa industrial, o documento desenvolve uma taxonomia de casos de uso da IA na publicação e investiga o comportamento e as atitudes dos editores em relação ao investimento em IA.

Segundo o relatório, a IA está sendo utilizada em diversas etapas da cadeia de valor, especialmente por editoras acadêmicas, educacionais e de consumo, para melhorar a proteção de propriedade intelectual, previsões de mercado e tomadas de decisão estratégicas, além de automatizar tarefas rotineiras. Embora o investimento em IA tenha começado recentemente, grandes editoras estão liderando essa iniciativa. A maioria começou a investir nos últimos três anos, utilizando equipes internas pequenas e colaborações com *start-ups* de tecnologia e pesquisadores universitários (Publishers..., 2020).

Ainda para o relatório, as principais barreiras incluem a falta de habilidades técnicas em IA, dificuldades na implementação de soluções de IA nas infraestruturas de TI existentes, custos iniciais elevados, especialmente para pequenas editoras, e a necessidade de segurança jurídica em relação às leis de propriedade intelectual. De todo modo, a maioria das editoras britânicas acreditam que a IA será crucial nos próximos anos, com potencial para transformar as operações e tornar o ambiente competitivo (Publishers..., 2020).

O relatório sugere que o setor e o governo colaborem para aumentar a conscientização sobre questões de investimento em IA, promovam colaborações entre editoras e instituições acadêmicas focadas em IA, e ajudem pequenas editoras a acessar financiamento e desenvolver habilidades em IA. O documento conclui que a IA tem o potencial de melhorar a produtividade, reduzir custos e aumentar a inovação no setor editorial, mas também destaca a necessidade de abordar as barreiras significativas que ainda existem (Publishers..., 2020).

Em suma, a adoção da IA na editoração e no audiovisual está abrindo novas fronteiras para a inovação e eficiência, enquanto levanta questões críticas sobre ética, direitos autorais e o futuro do trabalho humano. Percebemos que os autores consultados neste breve estado da arte apontam para uma tendência irreversível de colaboração entre IA e criadores humanos, destacando a necessidade de desenvolver estratégias que garantam a harmonia entre criatividade humana e automação tecnológica, possibilitando um progresso econômico, científico, tecnológico e criativo que seja equilibrado e sustentável.

MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A metodologia desta pesquisa caracteriza-se como tendo abordagem qualitativa, pelo método da pesquisa bibliográfica, com finalidade exploratória, para determinação do estado da arte. Para isso, tomamos como recurso a base de dados Google Acadêmico, cuja indexação é maior em se tratando de publicações científicas, pois abrange, além de livros, textos acadêmicos, artigos e textos em anais de evento, com possibilidade de filtro e ordenação.

A título de conhecimento, a abordagem qualitativa “[...] se ocupa da interpretação dos fenômenos e da atribuição de significados no decorrer da pesquisa, não se detendo a técnicas estatísticas” (Brasileiro, 2021, p. 83). Um dos meios de lidar com essa técnica é pesquisa bibliográfica, que, de forma sintética, consiste “[...] no levantamento de material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas etc.” (Brasileiro, 2021, p. 77).

Uma das finalidades da pesquisa bibliográfica, sobretudo quanto o assunto é muito atual, é a exploratória, “[...] realizada em propostas de pesquisa em que há pouco conhecimento acumulado por parte da comunidade científica ou quando não existem elementos ou dados suficientes para o pesquisador” (Brasileiro, 2021, p. 76). Esse processo auxilia na determinação do estado da arte, tendo em vista que seu propósito é mostrar “[...] o que já se sabe sobre o tema, quais as lacunas e os principais entraves metodológicos” (Brasileiro, 2021, p. 81).

O percurso metodológico consistiu nas seguintes etapas: 1) acesso ao Consensus³ em 2 de fevereiro de 2025; 2) digitação dos descritores [“ethics” + “artificial intelligence” + “publishing”] e [“ethics” + “artificial intelligence” + “audiovisual”]; 3) leitura flutuante dos dez resultados mais relevantes obtidos pela plataforma; 4) leitura crítica das publicações selecionadas, considerando a adesão direta ao tema deste trabalho; 5) síntese dos principais pontos de cada documento para apresentação neste trabalho.

Para realizar o fichamento e as anotações, foi utilizado o Word, na versão 1808 do Pacote Microsoft Office Professional Plus 2019, cujo acesso é pago pela instituição de ensino superior que fomenta esta pesquisa. Já para sintetizar esse material em forma de texto em prosa, contamos com auxílio do Chat-GPT4o, mas registramos que a ação humana foi fundamental para análise e revisão dos resultados gerados, tendo os pesquisadores assumido a responsabilidade e autoria do trabalho final.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Das dez publicações coletadas com os descritores [“ethics” + “artificial intelligence” + “publishing”], foram excluídas: Moffatt e Hall (2024), por não possuir acesso aberto nem ter cópia livre em outra base de dados; Hetzscholdt (2024), Igwe (2021), Zhang *et al.* (2021) e Geis *et al.* (2019), por se concentrarem em diretrizes gerais da IA ou sobre o uso da IA na escrita científica do que em uma análise aprofundada das questões éticas específicas nas práticas editoriais. Foram, portanto, selecionados para revisão os trabalhos de Carobene *et al.* (2023), Kocak (2024), Lund *et al.* (2023), Leung *et al.* (2023) e Penabad-Camacho *et al.* (2024).

Já das dez publicações obtidas com os descritores [“ethics” + “artificial intelligence” + “audiovisual”], foram desconsideradas: Mihalache (2024), por não possuir acesso aberto nem ter cópia livre em outra base de dados; Dignum (2018), Brendel *et al.* (2021), Belk (2020), Ryan (2020), Abdullah *et al.* (2021), Etzioni e Etzioni (2017), Wei e Song (2024) e Burton *et al.* (2017), por abordarem questões espaçadas sobre o uso de IA na medicina, na engenharia, na robótica e em outras áreas, sem se dirigir exatamente ao audiovisual. Ficou, portanto, eleito para revisão somente o trabalho de De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023).

ÉTICA E IA NA EDITORAÇÃO

A crescente adoção da IA na editoração traz à tona uma série de questões éticas e práticas que precisam ser cuidadosamente consideradas. Carobene *et al.* (2023) discutem as vantagens e os desafios éticos associados ao uso da IA, afirmando que, apesar de a IA ter o potencial de aumentar a eficiência e a qualidade dos processos de redação e revisão de manuscritos, sua implementação levanta preocupações significativas sobre a ética na publicação científica.

³ Consensus é um motor de busca impulsionado por inteligência artificial, projetado especificamente para pesquisa acadêmica. A plataforma busca as publicações mais relevantes no banco de dados do Semantic Scholar e utiliza modelos de linguagem para resumir insights importantes de múltiplos artigos. Além disso, adota práticas de uso responsável da IA, garantindo que as informações geradas sejam sempre baseadas em conteúdo verificado. Disponível em <https://consensus.app/>.

Um dos principais princípios defendidos é a necessidade de manter a autenticidade e a originalidade nos trabalhos acadêmicos. De acordo com Carobene *et al.* (2023), a IA deve ser vista como uma ferramenta de apoio, e não como um substituto para o pensamento crítico e a criatividade humana. Assim, a responsabilidade pelo conteúdo gerado recai sobre os pesquisadores, que devem garantir a precisão das informações fornecidas pela IA, especialmente no que diz respeito a referências e citações. Essa responsabilidade é vital para evitar a disseminação de informações enganosas ou plagiadas, um problema que se torna ainda mais complexo com o uso de modelos de linguagem gerados por IA.

A transparência no uso da IA é outro aspecto crucial abordado por Carobene *et al.* (2023). É essencial que os pesquisadores declarem de forma clara como a IA foi utilizada em seus trabalhos, especialmente quando essa utilização impacta o conteúdo e o significado do manuscrito. Essa prática não apenas ajuda a preservar a integridade do processo de publicação, mas também reforça a confiança do público na pesquisa científica. Além disso, o reconhecimento do papel dos revisores é fundamental para a manutenção da qualidade científica. Embora a automação do processo de revisão possa aumentar a eficiência, não deve desvalorizar o trabalho crítico realizado pelos revisores humanos.

Kocak (2024) complementa essas ideias ao abordar as implicações éticas da IA na publicação científica. O autor aponta que a incorporação de IA pode trazer inovações significativas, mas também apresenta riscos, como a produção de artigos fraudulentos e a propagação de plágio. A transparência é novamente enfatizada como um componente essencial, com a necessidade de os autores divulgarem claramente como a IA foi utilizada em seus trabalhos, especificando o modelo e os dados empregados.

Entre os fatos considerados éticos por Kocak (2024), está a utilização da IA como uma ferramenta de apoio na redação e revisão, desde que a responsabilidade pelo conteúdo final permaneça com os autores humanos. A prática de reconhecer as limitações da IA e validar o trabalho final é vista como essencial para manter a qualidade e a integridade da pesquisa. Em contrapartida, práticas consideradas antiéticas incluem a atribuição de autoria a ferramentas de IA e a publicação de textos gerados integralmente por essas ferramentas sem a devida atribuição.

Nesse sentido, a Declaração de Heredia, elaborada por Penabad-Camacho *et al.* (2024), reforça a necessidade de diretrizes éticas para o uso responsável da IA. A declaração destaca que a IA deve ser uma ferramenta utilizada de forma transparente, com resultados filtrados por humanos, e ressalta a importância de respeitar a propriedade intelectual e evitar a propagação de vieses e desinformação.

Além disso, a promoção do bem-estar humano e a melhoria da qualidade de vida são princípios centrais na utilização da IA. A declaração de Penabad-Camacho *et al.* (2024) enfatiza que a IA deve ser usada para o benefício comum, respeitando a dignidade e a privacidade dos indivíduos. Também é necessário mitigar preconceitos presentes nos dados utilizados para treinar modelos de IA, já que esses preconceitos podem se manifestar nas saídas geradas pela tecnologia.

Práticas antiéticas, conforme abordadas por Penabad-Camacho *et al.* (2024), incluem a utilização de IA para gerar conteúdo sem a devida atribuição e a falta de transparência na utilização da ferramenta em artigos científicos. O uso inadequado de dados, especialmente sem consentimento, e a manipulação de resultados para fins comerciais são considerados graves violações das normas éticas.

Por fim, Leung *et al.* (2023), destaca a necessidade de uma abordagem responsável ao integrar a IA nos processos de edição. Os autores defendem que a transparência e a responsabilidade devem ser prioritárias, assegurando que as ferramentas de IA sejam utilizadas de maneira ética e em conformidade com as diretrizes estabelecidas por organizações como a Committee on Publication Ethics (COPE) e a World Association of Medical Editors (WAME).

Em síntese, é perceptível que a editoração científica ganha foco quando o assunto é o uso ético da IA. É visível, também, que a colaboração entre pesquisadores, editores e desenvolvedores de IA é essencial para garantir que a tecnologia beneficie a sociedade de maneira justa e equitativa. A ênfase na responsabilidade, transparência e na criação de códigos de ética específicos para a IA é imprescindível para preservar a integridade da pesquisa acadêmica em um cenário cada vez mais influenciado por essas tecnologias.

ÉTICA E IA NO AUDIOVISUAL

A interseção entre a tradução audiovisual (AVT) e as práticas éticas emergentes no contexto da tradução automática (MT), especialmente com o advento da tradução automática neural (NMT), é o assunto explorado por De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023). Os autores defendem que a incorporação de ferramentas de MT e NMT na AVT exige uma reflexão ética aprofundada sobre as práticas profissionais e educacionais, destacando a importância de manter a qualidade da tradução e a experiência do público.

Os princípios éticos que emergem dessa análise incluem a necessidade de garantir a qualidade e a precisão das traduções. Para isso, a utilização de MT deve ser acompanhada por processos rigorosos de pós-edição (PE), assegurando que a tradução final atenda a padrões aceitáveis. Além disso, os autores enfatizam a importância da educação e formação dos tradutores, sugerindo que os currículos devem ser atualizados para incluir o uso das novas tecnologias, preparando os profissionais para a integração da MT e NMT em seus processos de trabalho (De Los Reyes Lozano; Mejías-Climent, 2023).

Outra preocupação ética levantada por De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023) diz respeito aos direitos dos profissionais. Os autores argumentam que é essencial defender os direitos laborais e as condições de trabalho dos tradutores diante da introdução de novas tecnologias que podem transformar o ambiente profissional. A transparência nas práticas de MT e PE também é destacada como um princípio fundamental, com a necessidade de clareza sobre o uso da tecnologia no processo de tradução.

Ao longo do texto, são discutidos comportamentos éticos e antiéticos relacionados à prática da AVT. Entre os comportamentos éticos, De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023) mencionam a colaboração entre humanos e máquinas, que pode melhorar a eficiência e a

acessibilidade da tradução audiovisual, especialmente em conteúdos que, de outra forma, não seriam traduzidos. A implementação de normas, como a ISO 18587, que estabelece requisitos para a pós-edição de resultados de MT, também é vista como uma promoção de práticas de trabalho éticas.

Por outro lado, os autores identificam práticas antiéticas, como o uso inadequado de propriedade intelectual protegida, onde conteúdos são traduzidos sem a devida autorização ou consideração dos direitos autorais. Além disso, para De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023), a desvalorização do trabalho dos tradutores é uma preocupação significativa, que pode ocorrer quando empresas priorizam a eficiência da máquina em detrimento da qualidade e do valor da tradução humana.

De Los Reyes Lozano e Mejías-Climent (2023) concluem que, embora a tecnologia de MT e NMT possa expandir as possibilidades no campo da tradução audiovisual, é fundamental que essa evolução seja gerida de forma ética. Isso implica respeitar os princípios que garantem a qualidade, a responsabilidade e a justiça no trabalho dos tradutores. A crítica ao “efeito black mirror” sugere que a sociedade deve refletir criticamente sobre as implicações de suas inovações tecnológicas, promovendo um uso responsável e ético da inteligência artificial na tradução audiovisual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho explorou a interseção entre IA, editoração e audiovisual, destacando a importância de princípios éticos e boas práticas na implementação dessas tecnologias. Apesar do crescente interesse em integrar a IA em diversos setores, observa-se uma escassez significativa de estudos que abordem especificamente as implicações éticas da IA focadas na editoração não científica e na criação de conteúdo audiovisual.

A análise das publicações revisadas revela que, embora a ética na IA esteja começando a ser discutida nas esferas acadêmicas e profissionais, muitos aspectos ainda carecem de uma investigação mais aprofundada. No que se refere à editoração, as preocupações com a originalidade, a autoria e a integridade da informação gerada por IA são questões prementes que necessitam de diretrizes claras e robustas. A transformação do mercado editorial, impulsionada pelo uso de ferramentas de IA, exige que pesquisadores e profissionais desenvolvam uma compreensão crítica sobre a ética envolvida na produção de conteúdos.

No campo do audiovisual, a implementação de tecnologias como a tradução automática e a criação de conteúdo gerado por IA traz à tona dilemas éticos que ainda não foram adequadamente abordados na literatura existente. Questões como a responsabilidade pelo conteúdo gerado, a transparência na utilização de IA e a proteção dos direitos de autoria são fundamentais para garantir que a IA não comprometa a qualidade e a autenticidade das produções audiovisuais.

Diante dessas lacunas, propomos a necessidade urgente de pesquisas que explorem de forma específica as implicações éticas da IA na editoração e no audiovisual. Estudos futuros devem se concentrar em desenvolver frameworks que integrem considerações éticas no design e

na utilização de sistemas de IA, promovendo um diálogo contínuo entre tecnologia e ética que assegure que essas inovações beneficiem a sociedade como um todo. Somente assim poderemos avançar em direção a um futuro em que a inteligência artificial e a criatividade humana coexistam de maneira harmoniosa e responsável.

REFERÊNCIAS

Abdullah, Y., Schuman, J., Shabsigh, R., Caplan, A., & Al-Aswad, L. (2021). Ethics of Artificial Intelligence in Medicine and Ophthalmology. *Asia-Pacific Journal of Ophthalmology*, 10, 289-298. <https://doi.org/10.1097/APO.0000000000000397>.

Araújo, G. C. L. de. (2024, 9 de abril). *Inteligência artificial no mercado editorial: Possibilidades e desafios éticos*. Portal FGV. Disponível em <https://portal.fgv.br/artigos/inteligencia-artificial-mercado-editorial-possibilidades-e-desafios-eticos>

Belk, R. (2020). Ethical issues in service robotics and artificial intelligence. *The Service Industries Journal*, 41, 860-876. <https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1727892>.

Brendel, A., Mirbabaie, M., Lembcke, T., & Hofeditz, L. (2021). Ethical Management of Artificial Intelligence. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/SU13041974>.

Burton, E., Goldsmith, J., Koenig, S., Kuipers, B., Mattei, N., & Walsh, T. (2017). Ethical Considerations in Artificial Intelligence Courses. *ArXiv*, abs/1701.07769. <https://doi.org/10.1609/aimag.v38i2.2731>.

Carobene, A., Padoan, A., Cabitza, F., Banfi, G., & Plebani, M. (2023). Rising adoption of artificial intelligence in scientific publishing: evaluating the role, risks, and ethical implications in paper drafting and review process. *Clinical Chemistry and Laboratory Medicine (CCLM)*, 62, 835 - 843. <https://doi.org/10.1515/cclm-2023-1136>.

Chan-Olmsted, S. M. (2019). A review of artificial intelligence: Adoptions in the media industry. *International Journal on Media Management*. <https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>

De Los Reyes Lozano, J., & Mejías-Climent, L. (2023). Beyond the black mirror effect: the impact of machine translation in the audiovisual translation environment. *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies*. <https://doi.org/10.52034/lans-tts.v22i.790>.

Dignum, V. (2018). Ethics in artificial intelligence: introduction to the special issue. *Ethics and Information Technology*, 20, 1-3. <https://doi.org/10.1007/s10676-018-9450-z>.

Etzioni, A., & Etzioni, O. (2017). Incorporating Ethics into Artificial Intelligence. *The Journal of Ethics*, 21, 403 - 418. <https://doi.org/10.1007/s10892-017-9252-2>.

- Fregonese, J. (2024, 4 de junho). *Conheça Showrunner, a “Netflix” de IA generativa*. Consumidor Moderno. Disponível em <https://consumidormoderno.com.br/showrunner-netflix-ia/>
- Geis, M., Brady, M., Wu, M., Spencer, P., Ranschaert, M., Jaremko, P., G., P., Kitts, P., Ms, M., Kotter, M., Gichoya, M., Cook, T., Morgan, P., A., M., M., M., & M., M. (2019). Ethics of Artificial Intelligence in Radiology: Summary of the Joint European and North American Multisociety Statement. *Radiology*, 191586. <https://doi.org/10.1148/radiol.2019191586>.
- Han, J., & Shao, L. (2022). Study film and television postproduction and innovation strategy based on an artificial intelligence algorithm. *Mobile Information Systems*, 2022, 1-11. <https://doi.org/10.1155/2022/3084493>
- Hetzscholdt, P. (2024). Is AI giving us more than we can or even should handle?. *Learned Publishing*, 37. <https://doi.org/10.1002/leap.1593>.
- Huston, J. (2022). *Artificial intelligence as a content creator in the publishing industry* (Trabalho de Conclusão de Curso, Produção Editorial). Portland State University. Disponível em <https://archives.pdx.edu/ds/psu/37861>
- Igwe, P. (2021). How to Publish Like Artificial Intelligence and Obey the Rules of the Game?. *Voice of the Publisher*. <https://doi.org/10.4236/vp.2021.73008>.
- Koçak, Z. (2024). Publication Ethics in the Era of Artificial Intelligence. *Journal of Korean Medical Science*, 39. <https://doi.org/10.3346/jkms.2024.39.e249>.
- Leung, T., De Azevedo Cardoso, T., Mavragani, A., & Eysenbach, G. (2023). Best Practices for Using AI Tools as an Author, Peer Reviewer, or Editor. *Journal of Medical Internet Research*, 25. <https://doi.org/10.2196/51584>.
- Liu, L. (2023). The applications and challenges of artificial intelligence in the publishing industry. *Geographical Research Bulletin*, 2, 124-127. https://doi.org/10.50908/grb.2.0_124
- López Frías, C. (2024). The paradox of artificial intelligence in cinema. In F. B. Gil & P. F. Alves (Coords.), *Comunicação, artes e culturas* (pp. 5-25). Faro, Portugal: Cultura Digital. <https://doi.org/10.23882/cdig.240999>
- Lund, B., Wang, T., Mannuru, N., Nie, B., Shimray, S., & Wang, Z. (2023). ChatGPT and a new academic reality: Artificial Intelligence-written research papers and the ethics of the large language models in scholarly publishing. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74, 570-581. <https://doi.org/10.1002/asi.24750>.
- Mathias, V. (2024, 27 de fevereiro). *Tantos livros escritos por IA estão sendo publicados que a Amazon tomou uma decisão sem precedentes*. IGN Brasil. Disponível em

<https://br.ign.com/amazon-1/120256/news/tantos-livros-escritos-por-ia-estao-sendo-publicados-que-a-amazon-tomou-uma-decisao-sem-precedentes>

Mihalache, I. (2024). Ethical Analysis of AI-Enhanced Audiovisual Translation Tools. *2024 IEEE 48th Annual Computers, Software, and Applications Conference (COMPSAC)*, 1558-1559. <https://doi.org/10.1109/COMPSAC61105.2024.00237>.

Moffatt, B., & Hall, A. (2024). Is AI my co-author? The ethics of using artificial intelligence in scientific publishing. *Accountability in research*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/08989621.2024.2386285>.

Penabad-Camacho, L., Penabad-Camacho, M., Mora-Campos, A., Cerdas-Vega, G., Morales-López, Y., Ulate-Segura, M., Mendez-Solano, A., Nova-Bustos, N., Vega-Solano, M., & Castro-Solano, M. (2024). Heredia Declaration: Principles on the use of Artificial Intelligence in scientific publishing. *Revista Electrónica Educare*. <https://doi.org/10.15359/ree.28-s.19967>.

Perry, Y. (2024, 10 de junho). *Showrunner AI é o Netflix da Inteligência Artificial: Cria séries apenas com um prompt*. Metro World News. Disponível em <https://www.metroworldnews.com.br/foco/2024/06/11/showrunner-ai-e-o-netflix-da-inteligencia-artificial-cria-series-apenas-com-um-prompt/>

Publisher Association. (2020). *People plus machines: The role of Artificial Intelligence in Publishing*. Londres, Reino Unido: Publisher Association. Disponível em https://www.publishers.org.uk/wp-content/uploads/2020/10/People-plus-machines-The-role-of-Artificial-Intelligence-in-Publishing_FINAL.pdf

PwC – PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. (2022). *Pesquisa global de entretenimento e mídia 2022–2026*. Disponível em <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/entretenimento-midia/2022/outlook-2022.html>

Ryan, M. (2020). In AI We Trust: Ethics, Artificial Intelligence, and Reliability. *Science and Engineering Ethics*, 26, 2749-2767. <https://doi.org/10.1007/s11948-020-00228-y>.

Wei, W., & Song, Z. (2024). AIGC Generative Speech Technology: An Examination of Its Communication Paradigms and Evolutionary Reflections. *Philosophy and Social Science*. <https://doi.org/10.62381/p243507>.

Zhang, Y., Wu, M., Tian, G., Zhang, G., & Lu, J. (2021). Ethics and privacy of artificial intelligence: Understandings from bibliometrics. *Knowl. Based Syst.*, 222, 106994. <https://doi.org/10.1016/J.KNOSYS.2021.106994>.