

## **A crise da imagem na era das IAs: prospecções no âmbito corporativo, histórico e cinematográfico<sup>1</sup>**

Alessandra Barros Marassi <sup>2</sup>

Bruno Cruz da Silva <sup>3</sup>

Marcelo Prioste (coordenação da mesa) <sup>4</sup>

Luis Octavio Rogens de Melo Alves <sup>5</sup>

### **RESUMO EXPANDIDO**

A proposição desta mesa nasceu a partir do livro *A Crise da Imagem*, lançado em Agosto de 2025, congregando os estudos mais recentes produzidos por membros do grupo de pesquisa CNPq Comunidata da PUC-SP. Organizado por Marcelo Prioste, essa obra se propôs a investigar os impactos de uma nova ordem emergente com a profusão de uma imagética gerada pelas inteligências artificiais generativas (IAGs). Assim, a presente Mesa, composta por alguns dos seus autores, se propõe a estabelecer uma reflexão crítica e multifacetada sobre a crise da imagem na cibercultura. Alinhado-se à temática central do Simpósio – “Cibercultura e perspectivas decoloniais: futuros alternativos às Big Techs”, visa explorar como a ascensão da Inteligência Artificial Generativa (IAG) a partir de modelos tecnológicos centralizadores, controlados pelas denominadas *Big Techs*, tem atuado em processos de colonização da percepção, da memória coletiva e até mesmo da reputação corporativa. Direcionada ao Eixo Temático 22: Plataformas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Mesa Coordenada A crise da imagem na era das IAs: prospecções no âmbito corporativo, histórico e cinematográfico, relacionada ao Eixo Temático 22: Plataformas de comunicação e de IA, no XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

<sup>2</sup> Pós-doutora, ECA-USP, alebarros8@gmail.com

<sup>3</sup> Doutorando, UNIFESP, scruz.bruno@hotmail.com

<sup>4</sup> Doutor, PUC-SP, mprioste@pucsp.br

<sup>5</sup> Doutorando, PUC-SP, octaviorogens@gmail.com

de comunicação e de IA, a Mesa articula três distintas perspectivas de análise: o impacto da automação na reformulação da imagem corporativa contemporânea, a perpetuação de vieses gerados pela IAG na construção da memória coletiva histórica e a instrumentalização de uma “nostalgia cinematográfica” circulante pelas redes como um vetor ideológico para o pensamento reacionário. Assim sendo, o objetivo central da Mesa passaria por identificar e, conseqüentemente, desnaturalizar alguns dos processos algorítmicos opacos (a "caixa-preta") que reforçariam uma colonialidade da imagem, propondo caminhos éticos e de letramento midiático como alternativas decoloniais à um cenário de dominação tecnológica que se desvela no horizonte.

A fundamentação teórica que permeia estas análises se orienta por um diálogo interdisciplinar articulando conceitos da filosofia da imagem, da teoria do cinema, da história, assim como da semiótica cognitiva e da teoria crítica da tecnologia, com um enfoque particular em perspectivas decoloniais de questionamento aos vieses algorítmicos. A crítica da imagem técnica é central, partindo do conceito de "caixa-preta" de Vilém Flusser e da noção de "imagens operacionais" de Harun Farocki (2013). Autores que fornecem ferramentas para compreensão dos atuais mecanismos internos da Inteligência Artificial Generativa que, ao serem treinados em vastos conjuntos de dados, operam de forma opaca e inescrutável. Giselle Beiguelman (2021) expande esta crítica ao discutir as "políticas da imagem" e uma "eugenia maquina do olhar", alertando para como a automação generalizada, alimentada por dados enviesados, pode corromper as nossas formas de ver e perceber o mundo.

A problemática dos vieses conecta-se intimamente com a colonialidade de dados. Os trabalhos de Safiya Umoja Noble (2021) sobre "Algoritmos da Opressão", e de Cathy O’Neil (2021), sobre "Algoritmos de Destruição em Massa", demonstram como os sistemas digitais, longe de serem neutros, perpetuam e amplificam discriminações sistêmicas, consolidando visões de mundo distorcidas e parciais. Esta dinâmica é aprofundada por Sérgio Amadeu da Silveira (2021) através do conceito de "colonialidade de dados", em que o pesquisador descreve a imposição de modelos de pensamento que desvalorizam epistemologias locais e, ao cabo, reforçam a dependência tecnológica das grandes corporações nos centros do poder político-econômico global.

No âmbito da construção da memória, a análise é guiada pela perspectiva de Maurice Halbwachs (1990) sobre uma "memória coletiva", entendida como uma construção social moldada por interações e contextos culturais específicos. A Inteligência Artificial Generativa, ao reinterpretar o passado a partir de conjuntos de dados limitados e direcionados, compromete ativamente a diversidade e a pluralidade dessas memórias compartilhadas. No campo corporativo, esta questão é crucial, recorrendo-se a autores como Morgan (1996), que utilizam a metáfora da "imagem corporativa" como um pilar intangível de sucesso e sobrevivência organizacional. Sendo a fragilidade deste constructo exposta pela tensão irreconciliável entre a automação e o "lugar singular do afeto", tal como teorizado por Muniz Sodré (2023).

Por sua vez, a dimensão cultural e ideológica explorada no artigo de Marcelo Prioste, apoia-se no conceito de "imagem-cristal" de Gilles Deleuze (2018) para questionar a unidimensionalidade da imagem sintética pós-fotográfica. Mark Lilla (2018) complementa esta visão com a sua crítica à "nostalgia" como um instrumento político utilizado pela extrema direita mundo afora para promover a restauração de um passado idílico e inexistente, demonstrando assim, como a Inteligência Artificial Generativa pode ser facilmente instrumentalizada para servir a agendas ideológicas específicas.

Conforme já apontava Manovich (2001) no início do século, as representações do mundo estão sendo reduzidas a estruturas de dados e algoritmos, projetando a ontologia da máquina computacional pôr sobre a cultura. A IAG, neste sentido, representaria mais uma etapa nesse processo, porém trazendo uma turbulência cognitiva incomparável, levantando interrogações sobre autoria, criatividade e a própria representação do real.

Nesse sentido, orientada ao campo corporativo dos serviços, a pesquisadora Alessandra Barros Marassi no artigo: "Automação versus Humanização na Comunicação. O que isso tem a ver com a crise de imagem corporativa?", exporá na Mesa uma crescente tensão no mundo das empresas entre uma busca incessante por eficiência e redução de custos promovida pela automação tecnológica e a demanda por humanização nas relações empresariais. A automação, impulsionada pela IAG e outros sistemas se, por um lado, pode oferecer agilidade, precisão e a tão almejada produtividade, frequentemente leva à despersonalização das interações, afastando os consumidores das marcas. A autora utilizará exemplos de bancos digitais, como o C6Bank,

em que a centralização no uso de *chatbots* gerou deficiências na prestação de serviços, causando frustração e até uma crise da imagem da marca. A argumentação de Marassi se concentra em como a imagem corporativa, aqui no sentido não literal de uma imagética, mas de uma representação de identidade em torno de valores e reputação a serviço do *branding*, pode ser fragilizada quando a comunicação não é mais percebida como um sistema dialógico, mas sim como um processo automatizado. Marassi alerta que a inovação tecnológica, se mal empregada, poderia fomentar a crise da imagem corporativa, reforçando inclusive a importância do gerenciamento estratégico da comunicação para lidar com a "terceirização" de sua reputação em mídias sociais.

Por sua vez, os autores doutorandos Luis Octavio Rogens de Melo Alves (PUC-SP) e Bruno Cruz da Silva (UNIFESP), na apresentação que deriva do artigo: "A Independência do Brasil e a Inteligência Artificial: Vieses na Construção da Memória Coletiva", irão expor os possíveis vieses na construção de uma memória coletiva nacional por meio de imagens geradas por IA, utilizando como estudo de caso uma cena da Independência do Brasil (1822) criada pelo software DALL·E. A análise revelou como a IA tende a reforçar concepções dominantes e a excluir representações de grupos marginalizados, influenciando a percepção histórica.

Os autores demonstram que a imagem gerada pelo DALL·E, a partir do prompt "Ilustre a Independência do Brasil", pode reproduzir uma narrativa eurocêntrica e elitista, ao apresentar Dom Pedro I como uma figura heroica centralizada, emulando pinturas como "Napoleão Cruzando os Alpes" de Jacques-Louis David (1805). E, ao compor a multidão majoritariamente por pessoas brancas e bem-vestidas, ignorar a participação fundamental de populações indígenas e negras escravizadas na história nacional, além de inserir anacronismos visuais e elementos cênicos equivocados que comprometem a precisão histórica. A argumentação central da apresentação, portanto, residirá no perigo da opacidade dos dados de treinamento das *big techs*. Sistemas treinados em bases distorcidas solidificam visões de mundo hegemônicas, o que, conforme O'Neil (2021) e Noble (2021), amplificam discriminações sistêmicas. Assim, para mitigar esses riscos e evitar que a IAG gere uma "memória coletiva enviesada", eles propõem a utilização da "engenharia de prompt" para comandos mais detalhados e o fortalecimento do diálogo entre historiadores profissionais e o público.

E, por fim, como coordenador da Mesa concatenando as apresentações, Marcelo Prioste, autor do artigo: “A Inteligência Artificial Generativa e a Nostalgia da Imagem Cinematográfica”, abordará uma certa modalidade de produção audiovisual gerada por IAG, os *fake trailers* de cinema que, muitas vezes emulam a estética da década de 1950, o chamado "retrofuturismo". Aqui a IAG, ao se apoiar intensamente em bases de dados estruturadas no manancial da cultura de massa hollywoodiana do século passado, cria sequências audiovisuais sintéticas descritas pelo autor como um "colapso da imagem-cristal deleuziana", em referência ao conceito de imagem-cristal (DELEUZE, 2018).

O ponto crucial da sua explanação é que essa predileção nostálgica pelos anos 1950 não é inofensiva, ou apenas um exercício de experimentação digital. Prioste argumenta que a IAG pode alimentar um perigoso “fictício passado”, que se torna um atraente repositório de falsas representações a serviço das políticas reacionárias de extrema direita, sintetizáveis em slogans como o MAGA (Make America Great Again), adotado pelos apoiadores do atual presidente estadunidense Donald Trump. Na busca pela restauração de um passado idílico inexistente fazendo uso de um processo criativo dirigido por humanos via *prompts*, as redes reforçariam um imaginário que se torna refúgio para incertezas contemporâneas, apostando em um ideário de valores retrógrados tendenciosos, como representações misóginas e racialmente preconceituosas que vão sendo naturalizados.

Prioste alerta que, a opacidade técnica da “caixa preta” (Fusser, 2011) e a hegemonia dos produtos da indústria cultural na composição das bases de dados das IAGs se conjugam no cenário político atual, em que a manipulação da forma audiovisual, disseminada por algoritmos, instrumentalizam o desejo e o medo humanos. Sendo vital, portanto, examinarmos criticamente esses "artefatos culturais" que refletem tensões da contemporaneidade.

Assim, nesta Mesa intitulada: A crise da imagem na era das Ias: prospecções no âmbito corporativo, histórico e cinematográfico, se discutirá como a crise da imagem na cibercultura, ao estar indissociável à hegemonia das *big techs*, no sentido de alimentarem controles e fomentarem tendências, afetam tanto a percepção do público sobre empresas e serviços (Marassi), quanto a forma como a sociedade se relaciona com seu passado (Alves; Silva) e sua cultura audiovisual (Prioste).

**PALAVRAS-CHAVE:** Crise da Imagem; Inteligência Artificial Generativa; Memória Coletiva; Vieses Algorítmicos.

## **REFERÊNCIAS:**

ALMEIDA, Ana Luísa Castro. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional: linguagens, gestão e perspectivas. Vol. 2. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 215-242.

BEIGUELMAN, Giselle. Políticas da imagem: vigilância e resistência na dadosfera. São Paulo: UBU, 2021.

DELEUZE, Gilles. Cinema 2: a imagem-tempo. São Paulo: Editora 34, 2018.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: AnnaBlume, 2011.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. São Paulo: TupyKurumin, 2006.

FAROCKI, Harun. Desconfiar de las imágenes. Buenos Aires: Caja Negra, 2013.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. A invenção das tradições. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

LILLA, Mark. A mente naufragada: sobre o espírito reacionário. Rio de Janeiro: Record, 2018.

MANOVICH, Lev. The language of new media. Cambridge: MIT Press, 2001.

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.

MORGAN, Gareth. Imagens da organização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

NOBLE, Safiya Umoja. Algoritmos da opressão: como os mecanismos de busca reforçam o racismo. São



XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cáspér Líbero. De 11 a 13 de novembro de 2025.

Paulo: Rua do Sabão, 2021.

O'NEIL, Cathy. Algoritmos de destruição em massa. São Paulo: Rua do Sabão, 2021.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. In: FRANCISCO, João et al. Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal. São Paulo: Autonomia Literária, 2021. p. 33-52.

SODRÉ, Muniz. A ruptura paradigmática da comunicação. Matrizes, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 19-27, set./dez. 2023.