

A imagem imortal: *deepfakes* e os limites da identidade midiática pós-morte no caso VW Brasil 70

Jader Lúcio da Silva Jr.

(Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense)

(jaderj@id.uff.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-614X>

Alexandre Farbiarz

(Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense)

(alexandrefarbiarz@id.uff.br)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2237-7074>

Jader Lúcio da Silva Jr.: Professor de Comunicação Social — Universidade Federal Fluminense (Brasil). Doutorando e Mestre em Mídia e Cotidiano — PPGMC/UFF. Especialista em Pedagogia. Pesquisador Bolsista CAPES. Integrante do Grupo de Pesquisa: educ@mídias.com — Educação para as Mídias em Comunicação. Seu interesse de pesquisa está na relação entre as mídias sociais digitais e as práticas cotidianas, pensando a influência da mídia nos processos de subjetivação e produção de identidades.

Alexandre Farbiarz: Doutor e Mestre em *Design* — Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Brasil). Mestre em Educação e Linguagem — Universidade de São Paul (Brasil). Professor permanente e pesquisador, Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano — Universidade Federal Fluminense (Brasil). Professor permanente, Curso de Jornalismo — Universidade Federal Fluminense (Brasil). Coordenador, Grupo de Pesquisa: educ@mídias.com, Educação para as Mídias em Comunicação (consultar <https://www.educamidias.com/>). Pesquisa nas áreas de Comunicação, *Design* e Educação, com ênfase em relações discursivas, mídias e ensino-aprendizagem, atuando principalmente nos temas: Educação Crítica para as Mídias, Mídia-Educação, Literacia Midiática, Jogos e Educação, Gamificação, Comunicação Visual, Discurso e Linguagem.

Submissão: 19/07/2024

Aceitação: 15/10/2024

A imagem imortal: *deepfakes* e os limites da identidade midiática pós-morte no caso VW Brasil 70

Resumo: Investigamos como as tecnologias de inteligência artificial, especialmente os *deepfakes*, podem prolongar a identidade de um indivíduo além de sua existência física, dissociando-a de sua subjetividade original e dos limites temporais e espaciais. Utilizamos o caso do comercial da Volkswagen que recriou digitalmente a cantora Elis Regina para analisar as implicações éticas, sociais e filosóficas dessa prática. Seguimos o paradigma indiciário, conforme esmiuçado por Braga (2008), e realizamos uma análise qualitativa dos comentários do vídeo no YouTube, organizados e categorizados com o *software* Atlas.ti. Os resultados apontaram desde a admiração pela tecnologia até críticas éticas sobre memória e autenticidade. Concluímos que há uma necessidade urgente de regulamentação e análise crítica continuada das tecnologias de *deepfake*, para proteger a dignidade e a memória dos indivíduos recriados.

Palavras-chave: *Deepfakes*, Identidade Midiática, Subjetividade, Inteligência Artificial, Paradigma Indiciário.

The immortal image: deepfakes and the limits of post-mortem media identity in the VW Brasil 70 case

Abstract: We investigated how artificial intelligence technologies, especially deepfakes, can extend an individual's identity beyond their physical existence, dissociating it from their original subjectivity and temporal and spatial boundaries. We used the case of the Volkswagen commercial that digitally recreated the singer Elis Regina to analyze the ethical, social, and philosophical implications of this practice. Following the inductive paradigm as detailed by Braga (2008), we conducted a qualitative analysis of the comments on the YouTube video, organized and categorized using Atlas.ti software. The results ranged from admiration for the technology to ethical critiques concerning memory and authenticity. We concluded that there is an urgent need for regulation and ongoing critical analysis of deepfake technologies to protect the dignity and memory of recreated individuals.

Keywords: Deepfakes, Media Identity, Subjectivity, Artificial Intelligence, Inductive Paradigm.

Introdução

A evolução das tecnologias de Inteligência Artificial (IA) pode desafiar as noções tradicionais da manifestação das subjetividades e a maneira como percebemos e representamos a identidade humana (Rodríguez Reséndiz & Rodríguez Reséndiz, 2024). Entre essas tecnologias, os chamados *deepfakes* se destacam por sua capacidade de forjar representações hiper-realistas de indivíduos, manipulando suas imagens e vozes para produzir conteúdo audiovisual que pareça autêntico, mas que é digitalmente fabricado (Raza et al., 2022). Esse avanço tecnológico levanta questões complexas sobre a leitura da realidade, a manipulação da memória e a subjetividade, especialmente quando essas representações são usadas para prolongar a identidade de indivíduos após sua morte.

Defendemos que a dissociação da identidade com o corpo físico, dotado de uma subjetividade original, por meio das *deepfakes* e de outras tecnologias de IA, não apenas abala os conceitos de subjetividade, mas também evoca narrativas que deslocam a maneira como a identidade (re)produz sentidos em diferentes espaços-tempos. Isso traz a provocação inicial para a concepção desse artigo: como as tecnologias de inteligência artificial generativa desafiam as noções tradicionais de identidade, tempo e morte, com as implicações éticas e sociais da criação de “imagens-identidades” autônomas que existem além da experiência vivida do sujeito?

Em 2023, a Volkswagen lançou um vídeo publicitário utilizando um *deepfake* da cantora Elis Regina, falecida em 1982, para promover o lançamento da linha de automóveis elétricos. A campanha recebeu o nome de “VW Brasil 70: O novo veio de novo”¹, devido a também celebrar os 70 anos da montadora no país. No vídeo, além de jogar com a temporalidade mostrando vários automóveis lançados pela marca ao longo desse tempo, a cantora Maria Rita aparece dirigindo o novo modelo elétrico da Kombi, enquanto uma recriação digital da sua mãe, Elis Regina, dirige o modelo antigo (Figura 1). Lado a lado, mãe e filha fazem um dueto da música *Como nossos pais*, composta por Belchior (1976) e eternizada na interpretação da cantora. Esse caso gerou debates intensos sobre a autenticidade e a ética na utilização de *deepfakes* para fins comerciais, destacando as complexidades associadas ao prolongamento digital da identidade.

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aMl54-kqphE&t=8s>. Data do acesso: 25/05/2024.

Figura 1 — *Frame* VW 70 anos, Maria Rita e Elis Regina.



Fonte: captura de tela do vídeo.

Por um lado, em um primeiro momento, a narrativa é construída de forma a explorar o imaginário afetivo em relação à Elis e à música, mostrando um dueto de mãe e filha desejado por muitos fãs da cantora. Por outro, em um segundo momento, as pessoas começaram a problematizar a exploração da imagem da pessoa morta; a relação com o capital; a ligação da empresa com a ditadura e as contradições com a trajetória de Elis, Belchior e da própria música; o direito à morte; memória e esquecimento. Com o caráter artístico/expressivo idealizado na campanha publicitária, olhamos para essas questões por Volóchinov (2019, p. 113), para quem

A arte é imanentemente social: o meio social extra-artístico, ao influenciá-la de fora, encontra nela uma imediata resposta interior. Nesse caso, não é o alheio que age sobre o alheio, mas uma formação social sobre a outra. O estético, o jurídico e o cognitivo são apenas diferentes espécies do social.

No campo da análise do discurso, Rohling (2023, p. 165) examina o comercial citado para ilustrar os conceitos de materialidade discursiva, trazendo do Círculo de Bakhtin uma visão não dicotômica entre o interno e externo, o material e o imaterial. No processo, a autora articula sobre a imagem de Elis que “não se trata de simplesmente recuperar um vídeo seu, mas de (re)criar sua imagem como se ela estivesse ali — face to face — na experiência de interagir com sua filha, Maria Rita”. Quando abordou os desafios de analisar novas materialidades digitais e de IA, a autora enfatizou a necessidade de um posicionamento crítico, pois as tecnologias que criamos nos afetam profundamente,

mesmo sendo obras nossas. No campo jurídico, Mariz, Coelho e Andrade (2024) também adotam um posicionamento crítico sobre o comercial, pela perspectiva das implicações éticas e legais da ressurreição digital de uma pessoa após seu falecimento, se ancorando no direito à imagem.

Gabellini, Filho e Procópio (2024, p. 183) afirmam que o caso da VW “é a *ponta de um iceberg* com muitas camadas complexas e ainda nubladas na contemporaneidade” (grifo dos autores). Dessarte, destacam a questão ética e as implicações sociais em torno do uso de IA para recriar pessoas, principalmente pela maneira como a tecnologia vem sendo usada para manipular o público com a criação de narrativas emocionais. Essa recriação da imagem é articulada na coluna de Beiguelman (2023) como fantasmagorias, uma figura cultural que transita entre presença e ausência, realidade e virtualidade, e que pode alterar a leitura social da história. Com isso, a autora também tensiona o uso da IA no comercial pela sua forma de instrumentalizar o passado interposto no jogo de temporalidades apresentado.

A partir desse contexto, estabelecemos como as práticas de ressurreição digital podem desassociar a identidade de sua base subjetiva e temporal, permitindo que ela continue a existir e a produzir significados independentes do tempo vivido pelo sujeito. Justificamos as implicações da investigação tanto pelo interesse social, apontado pelos autores, quanto pela falta de pesquisas que investiguem diretamente a produção de sentidos em torno das identidades desalojadas do espaço- tempo de origem. Isto posto, nos propomos compreender a complexa relação da identidade midiática e a Inteligência Artificial, com foco na problemática dos limites da identidade para o além-morte e suas implicações éticas e sociais.

Para isso, seguimos um caminho metodológico alinhado à proposta de estudo de caso apresentada por Braga (2008) pelo seu paradigma indiciário. Nesse modelo epistemológico analisamos o caso individual do comercial da VW. Fizemos análise qualitativa dos comentários do vídeo no YouTube, buscando, a partir dos indícios e sinais encontrados, compreender uma realidade complexa de produção pública de sentidos que não pode ser observada diretamente. O autor destaca que o paradigma indiciário envolve um processo de tensionamento mútuo entre teoria e objeto empírico, onde as teorias existentes são utilizadas para problematizar o caso em estudo, enquanto o caso singular desafia e complementa as teorias, revelando aspectos ainda não explorados. Por isso, nos propomos estabelecer uma base teórica prévia, mas sem negligenciar o constante contato

entre a base clássica, os estudos recentes de estado da arte, os dados encontrados em campo e os indícios articulados de forma dialógica, dando unidade ao texto.

Quanto à estrutura do artigo, seguiremos no próximo tópico com a formulação do nosso referencial teórico sobre a relação entre subjetividade, corpo, mídia e identidade. Ancorados no paradigma indiciário, traremos posteriormente a descrição do percurso metodológico, seguido dos resultados e discussões encontrados em campo. Assim, construiremos uma base sólida na interação entre a teoria e os dados empíricos apresentados e analisados, anteriormente às considerações finais.

1. Subjetividade, corpo e identidade na era digital

Quando nos propomos pensar a (re)existência da identidade após a morte, esbarramos em uma empreitada conceitual multifacetada que aloja a identidade, por si, como *épistémè*, hora científica, hora filosófica e hora alojada nas manifestações da expressão humana. Deleuze e Guatarri (2010) defenderam que conceito é um acontecimento puro, um ato de pensamento em velocidade infinita que percorre seus componentes, sendo absoluto em sua singularidade. “Mas, por outro lado, um conceito possui um devir que concerne, desta vez, a sua relação com conceitos situados no mesmo plano” (Deleuze & Guatarri, 2010, p. 29). Doravante, para pensar a identidade, devemos olhar para o termo pelo aspecto absoluto que exprime, mas traçando a relação com outros conceitos que sustentam sua “consistência interior”, originando um novo conceito em resposta aos problemas que se modificam.

Michel Foucault (1995; 2012) trabalha a relação entre os processos de subjetivização, identidade e poder a partir de uma perspectiva crítica, definindo que a identidade não é uma essência fixa ou uma característica intrínseca ao indivíduo, mas uma construção sócio-histórica. Para o autor, o sujeito é constituído pelas práticas discursivas e as relações de poder que atravessam a sociedade. Essas práticas e relações produzem “regimes de verdade” que têm implicações na legitimação da identidade em determinado contexto. Dessarte, a identidade é conceituada como um efeito dos mecanismos de poder, sendo constantemente moldada e transformada pelos trânsitos sociais em que o sujeito está inserido. Ou seja, compreender a identidade implica analisar os mecanismos de poder que a produzem e as formas de subjetivação que configuram o sujeito.

Stuart Hall (2003) também percebe a identidade não como uma essência fixa, mas uma “celebração móvel” formada e transformada continuamente em relação às formas pelas

quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. Butler (2003) vai além, quando estabelece uma formação identitária performativa, construída através de atos repetidos que consolidam a percepção de uma identidade coerente.

O corpo desempenha um papel fundamental na formação das identidades, servindo como a materialidade sobre a qual as experiências subjetivas são vividas e reconhecidas. Foucault (2013) enfatiza que o corpo é objeto e alvo do poder, onde as relações são inscritas, moldando a produção de subjetividade e a identidade. O autor destaca como os corpos são disciplinados e regulamentados pelas instituições sociais e políticas, afetando diretamente a formação identitária. Ademais, a concepção de sujeito baseada na prática, de Butler (2015), pressupõe a ausência de um “eu” anterior à ação, sendo a ação a geradora do “eu”. Para isso, ela estabelece que o corpo é um local de significação onde as normas de subjetivação são performadas e contestadas.

Rolnik (2018) também explica que a subjetividade transcende a experiência individual e consciente do sujeito, sendo moldada por forças sociais, históricas e, principalmente, corporais. Com efeito, o corpo não é um mero receptor passivo, mas um agente ativo nos processos de subjetivação, onde as imposições se inscrevem, os afetos são sentidos e a resistência pode emergir. A autora destaca a importância do que ela chama de “saber-do-corpo”, um conhecimento intuitivo e vivencial que emerge da conexão com as sensações e percepções corporais e é muitas vezes marginalizado ou silenciado pelas narrativas hegemônicas. Acrescentamos que,

Mais do que um mero construto biológico, o corpo sustenta a envergadura do sujeito e propicia, em termos naturais, a capacidade de produção de linguagem. Para além disso, o corpo não passa impune pelo processo ideológico, uma vez que sobre esse corpo se tatuam valores e traços identitários dos sujeitos que o constituem (Silva & Alves, 2021, p. 505).

A perspectiva da construção social das identidades implica que estas sejam moldadas por discursos e práticas que determinam o que é considerado normal, desejável e aceitável. Berger e Luckmann (2014) afirmam que a própria realidade social é construída nos processos de socialização, nos quais os indivíduos internalizam normas e valores que orientam suas percepções e comportamentos. Essa construção também é contínua, refletindo mudanças nas estruturas sociais e nos períodos históricos.

Retomando Rolnik (2018), a subjetividade é apropriada pelo regime colonial-capitalístico, que reduz os processos de subjetivação ao sujeito, neutralizando os efeitos

das forças do mundo nos corpos. Esse processo se dá pela imposição de identidades que limitam a expressão subjetiva e “cafetina” a força vital e criativa dos sujeitos. Contudo, a autora aponta no campo da micropolítica as possibilidades de resistência, onde a reapropriação da linguagem, do corpo e do desejo podem romper com as categorias identitárias fixas e abrir espaço para a experimentação de novas formas de subjetividade em devir, que não se limitem às normas impostas pelo sistema. Assim, a autora argumenta que os processos de subjetivação não são apenas individuais, mas configuram um campo de produção de sentidos que afeta a sociedade como um todo, tendo a arte e a cultura como espaços privilegiados para a experimentação e a criação identitária, que pode contribuir para uma transformação social.

Relacionando arte, cultura e vida cotidiana, Silva e Alves (2021) se debruçaram sobre as obras do Círculo de Bakhtin para trabalhar a importância da alteridade na materialidade discursiva identitária. Fica evidente “a formação das identidades dos sujeitos a partir de um processo de interação do «eu» com o mundo, no qual o resultado dessas interações molda sua estrutura identitária” (Silva & Alves, 2021, p. 501). Os autores trazem a “arquitetônica” como um circuito relacional entre sujeitos, compreendendo três perspectivas: eu-para-mim (autopercepção e reflexão), outro-para-mim (percepção externa e definição pelo outro) e eu-para-outro (observação e interpretação do outro). Essa dinâmica intersubjetiva, fundamentada na “necessidade estética absoluta do outro” (Bakhtin, 2011, p. 33), permite a construção de sentidos e verdades individuais através da troca e do embate com o externo, que pode ser tanto um indivíduo quanto qualquer elemento ideológico.

A *performance* identitária que introduzimos anteriormente pode ser relacionada ao conceito bakhtiniano de enunciado concreto, que é a materialização de uma unidade discursiva em um contexto comunicativo/histórico/social singular e específico. A enunciação será aqui trabalhada para se referir à expressão identitária pelas linguagens e meios de comunicação, já que ao enunciarmos quem somos, com os meios disponíveis, estamos construindo e negociando nossa identidade em relação ao outro, implicitamente buscando reconhecimento e validação. A enunciação de si é, portanto, o ato performativo que contribui para a construção da identidade nesse contexto dialógico e relacional (Silva Jr. et al., 2024).

Agora, com o advento das tecnologias digitais, as maneiras como delimitamos a identidade estão passando por transformações significativas. No campo da comunicação,

Sodré (2013) defende a intrínseca relação entre as identidades e os aparatos midiáticos. A mídia, então, funciona como espaço de produção, circulação e disputa de significados identitários, onde os indivíduos constantemente negociam suas identidades, influenciadas pelas informações, fontes e referências culturais às quais são expostas.

A Internet e as redes sociais possibilitam a criação de identidades midiáticas, que passam a existir tendo como ação geradora uma *performance* individual e resultam na criação de uma imagem digital. Apesar de se originar em uma ação intrinsecamente corpórea ou mental, atribuídos à subjetividade, a identidade midiática pode se desvincular da materialidade e produzir discursos não condizentes com as dimensões do corpo nem com a realidade social em que o sujeito se localiza. Isso está alinhado ao que defendemos em um estudo anterior (Silva Jr. et al., 2024), que as construções identitárias nas redes sociais são narrativas permeadas pelas lógicas da visualidade, espetáculo e consumo, em um processo dialógico entre a exibição de si e apreciação do outro que prioriza a manipulação da aparência na construção identitária. Como provocação, lembramos, então, através de Rohling (2023, p. 139), que

Está posta a complexidade de materialidades discursivo-semióticas contemporâneas que nos provocam a refletir sobre novos modos de analisar a relação entre práticas discursivas e materialidade! Parece que nos escapa algo se pensarmos somente na materialidade como lugar para realização das práticas discursivas — pois há uma agência que está ali se fazendo.

Quando pensamos a maneira como as pessoas se representam em ambiente digital, Martino (2016) expõe o caráter elementar de enunciar a si mesmo na construção da identidade, principalmente em ambientes digitais, pelas suas especificidades. Contudo, o autor localiza o discurso enunciativo no intervalo entre duas assimetrias: “de um lado, a diferença entre o discurso construído de si e o que se é; de outro lado, a diferença entre o que se enuncia a respeito do mundo e sua totalidade” (Martino, 2016, p. 3). Não se trata para ele de opor a essência à aparência, mas de existir uma distância discursiva entre o ponto de vista do enunciador e a realidade complexa e fragmentada.

Nas mídias digitais, quem é o outro que se desenha para a apreensão do sujeito? Situando a questão no nível do fenômeno, trata-se de um dispositivo identitário constituído por discursos imagéticos, sonoros, textuais — enunciados de si mesmo, da realidade e da interação com os outros (Martino, 2016, p. 9).

Consoante isso, podemos pensar a aparição da identidade midiática como um acontecimento pertencente ao espaço público e com poder de afetar e desafiar os sentidos

na vida cotidiana. Olhando para a articulação de Lana e França (2008, p. 7), a mídia, com suas narrativas, disponibiliza sentidos, em que “a experiência fragmentada da vida de todo dia é cada vez mais tensionada pelas experiências e acontecimentos do espaço público mediatizado”. Então, reforçamos que a identidade não é apenas individual, mas compõe o espaço público, visto que a essência subjetiva é uma abstração não conhecida por completo e a identidade é a imagem do outro. Quando mediatizamos a nossa identidade, representamos ou interpolamos a identidade alheia, estamos dialogando não com uma ideia de essência, mas com a publicização. Assim, a imagem produz sentido coletivo e não individual.

Isso posto, olhamos para o nosso objeto para pensar essa distância entre quem enuncia e a realidade apreendida no discurso enunciado. Quais as possibilidades de produção de sentidos ao enunciar o outro por discursos que forjam uma representação identitária de um indivíduo incapaz de produzir novos discursos?

2. Metodologia

Partimos do paradigma indiciário no estudo de caso para cumprir o objetivo de compreender a complexa relação da identidade midiática e a Inteligência Artificial, com foco na problemática dos limites da identidade para o além-morte e suas implicações éticas e sociais.

A base do paradigma não é colher e descrever indícios — mas selecionar e organizar para fazer inferências. Uma perspectiva empiricista ficaria apenas na acumulação de informações e dados a respeito do objeto singular. Diversamente, o paradigma indiciário implica fazer proposições de ordem geral a partir dos dados singulares obtidos (Braga, 2008, p. 78).

Após a formulação da base teórica inicial, apresentada no tópico anterior, realizamos a articulação entre as proposições abstratas, os contextos socioculturais e a análise qualitativa dos comentários praticados no vídeo *VW Brasil 70: O novo veio de novo*, no canal da marca no YouTube. Para isso, utilizamos o serviço *online* Export Comments em junho de 2024 para coleta dos comentários efetuados desde a publicação do vídeo. O *site* permite salvar os dados de vídeos no YouTube, gerando uma planilha (Anexo 1²) que recupera os comentários públicos, respostas aos comentários, quantidade de curtidas, data, nome de usuário e *link* de acesso direto ao comentário.

² Disponibilizada por meio do endereço eletrônico:
https://drive.google.com/drive/folders/1gi_iswge5G402kMCfIZyVeD_Vvoh4K1L?usp=sharing.

Recorremos ao *software* de análise qualitativa de dados Atlas.ti para organização e categorização inicial dos comentários. O *software* possibilita importar a planilha gerada pelo Export Comments como documento, no qual cada comentário é marcado como uma citação e pode ser categorizado e organizado de diferentes maneiras. Analisamos e codificamos as 4603 citações geradas em seis temáticas iniciais que foram emergindo na leitura do material: direito e legalidade; IA/tecnologia; imagem; memória; morte; valores.

A técnica de codificação foi realizada com base em Yin (2016), que situa a análise de dados no fluxo contínuo entre cinco fases: compilação, decomposição, recomposição, interpretação e conclusão. Apesar de o autor defender a técnica como uma metodologia capaz de produzir, por si, significados relevantes na pesquisa qualitativa, fizemos as codificações e recodificações como procedimento para concretizar os dados brutos nos indícios encontrados. Por isso, é importante frisar que nossa análise não está focada na quantidade de ocorrências resultante do processo de codificação, mas sim na interpretação profunda dos significados e contextos adjacentes aos dados coletados.

Isso posto, a leitura e a articulação das codificações iniciais suscitaram uma recodificação com a identificação dos principais indícios. O processo iterativo de análise possibilitou apontar, pela relevância, os indícios essenciais e acidentais encontrados. Ainda orientados por Braga (2008), buscamos articular os indícios teóricos e concretos para derivar as inferências que serão expostas no tópico de Resultados e Discussões.

3. Resultados e Discussões

Analisando os dados coletados em junho de 2024, “Volkswagen do Brasil” é o canal oficial da marca no país, com 266 mil usuários inscritos. A publicação referente ao caso estudado foi feita no dia 3 de julho de 2023, com o título *VW 70 anos | Gerações | VW Brasil*, e possui 33 629 593 de visualizações. A miniatura do vídeo mostra uma estrada com a antiga Kombi de um lado, a nova ID.Buzz de outro e o título da campanha: “Volkswagen 70 anos: O novo veio de novo” (Figura 2).

Figura 1 — Miniatura VW 70 anos.



Fonte: captura de tela da página do vídeo.

Entre os 7299 comentários realizados, 4603 eram provenientes de usuários com perfil público na plataforma e puderam ser capturados e analisados qualitativamente. Para melhor compreensão das inferências realizadas, iniciaremos apresentando e localizando as seis codificações iniciais realizadas nos comentários com as inferências pertinentes. Consideramos a quantidade de ocorrências unicamente como referencial em relação ao número de comentários, mas nos atendo às complexidades que cada codificação apresenta na investigação proposta.

Direito e Legalidade: foram expressos em 105 ocorrências. A grande maioria demonstra preocupação com a ética e as implicações legais da exploração da imagem da Elis Regina. Eles questionaram a autorização do uso dos direitos de imagem e o respeito por estes, além de discutir se a prática poderia ser considerada uma violação dos direitos dos falecidos e de seus familiares. Essa preocupação reflete o entendimento de Mariz, Coelho e Andrade (2024) sobre a necessidade de regulamentação da prática, pensando os limites do direito à personalidade: “Direito autoral e direito à imagem não autorizam a família ou quem quer que seja a usar dados sensíveis combinados (imagem, e voz por IA) para atacar a memória (dir. personalidade) que só à pessoa pertence” (Anexo 1, coluna 3666). Entre os comentários que defendem o direito de uso, poucos articularam o direito técnico, sendo predominantes os comentários que declaravam que Maria Rita podia autorizar o que quisesse, por ser a filha e herdeira: “O direito e imagem ficou com ela, cada um precisa usar do jeito que quiser, maioria simples, etc.” (Anexo 1, coluna 2090).

IA/Tecnologia: este foi o código mais frequente, com 2271 menções. Os comentários revelaram um fascínio generalizado e admiração pela capacidade tecnológica empregada no vídeo. Muitos usuários elogiaram a sofisticação técnica e a inovação representada pelo uso de *deepfakes*. No entanto, também houve comentários que expressaram receio quanto ao potencial de manipulação e de uso indevido dessa tecnologia, indicando uma esperada necessidade de reflexão crítica sobre seu impacto na percepção da realidade e na construção identitária.

Imagem: a imagem foi mencionada em 293 comentários, destacando a primazia do visual e da estética na percepção de uma identidade. Usuários comentaram sobre a qualidade da recriação digital e como a imagem de Elis Regina foi utilizada para evocar nostalgia e conexão emocional. Este código também inclui discussões sobre a autenticidade visual e a percepção de realidade. Contudo, uma boa parte dos comentários usava a palavra “imagem” não se relacionando apenas com o que é visual, mas com o conjunto de *performances* identitárias que compõe o que entendemos como identidade. Essa visão, que conforma o que trouxemos de Butler (2003), pode ser intuída quando uma contradição é apontada na relação entre Elis e a Volkswagen pelos seus contextos históricos: “Desrespeito à imagem de Elis. Ela não estaria ao lado de vocês” (Anexo 1, coluna 1192); “As decisões que a pessoa fez durante a vida, suas opiniões, sua imagem etc DEVEM SER RESPEITADAS ALÉM-TÚMULO” (Anexo 1, coluna 1846).

Memória: com 343 ocorrências, a maioria dos comentários refletiu a carga emocional e o valor afetivo associados à figura de Elis Regina. A memória e a narrativa são centrais para a construção da identidade ao longo do tempo: Ricoeur (2010) argumenta que a identidade é uma narrativa que integra o passado, presente e futuro. A ressurreição digital, ao trazer figuras históricas de volta à vida, impacta profundamente a memória coletiva, criando novas narrativas e significados, como o apagamento de referencial histórico: “Ficou lindoooo. Teve ditadura, mas ... novos tempos !! O ‘novo’ pode fazer diferença” (Anexo 1, coluna 269); “Sempre bom ver e ouvir a Elis” (Anexo 1, coluna 798); “Memórias afetivas atualizadas com sucesso !” (Anexo 1, coluna 911). Muitos usuários compartilharam memórias pessoais relacionadas com a cantora, ressaltando como o comercial ativou lembranças e sentimentos. Contudo, esse código destacou principalmente a insatisfação, também observada em outros códigos, com a deturpação da luta histórica de Elis Regina e o esvaziamento de sentido na releitura feita pela Volkswagen, apontada na maioria dos comentários como apoiadora da ditadura.

Morte: comentários sobre a morte apareceram 26 vezes, sendo que os usuários majoritariamente questionaram se é apropriado ressuscitar digitalmente indivíduos, e discutiram o impacto disso no luto e na memória dos entes queridos. Este código sugere um debate em torno do respeito devido aos mortos e as implicações emocionais e sociais dessas práticas. Enquanto muitos comentários, com suas próprias palavras, pediam que os mortos fossem deixados em paz, outros usavam explicitamente o termo ressurreição para se referirem ao tema. Algumas manifestações mostravam deslumbramento com a possibilidade oferecida pela tecnologia, alegando desejo de ter os próprios entes queridos “ressuscitados” para um último encontro: “Queria trazer minha mãe de volta...Mesmo com IA” (Anexo 1, coluna 1602); “Já pensei em trazer a minha assim também, mas acho que não aguentaria, tipo ficaria muito emocionada e depois ficaria muito mal sabe” (Anexo 1, coluna 1603); “perdi minha mãe no início da adolescência e me imagino muito feliz mesmo que fosse num «reencontro virtual» com ela” (Anexo 1, coluna 1324).

Valores: com 70 menções, os comentários sob este código discutiram a moralidade e os valores subjacentes ao uso de IA para recriar pessoas falecidas. Por um lado, houve críticas à campanha por possivelmente priorizar interesses comerciais acima do respeito e dignidade dos indivíduos representados. Em outra perspectiva, muitos comentários faziam alusão aos valores tradicionais e à família, apontando no comercial as referências a modos tradicionais que curiosamente remetem aos tempos ditatoriais e que eram criticados pela cantora na própria música recriada. Esses comentários apontam um valor negativo às críticas construídas sobre o vídeo — “Eita mundo chato” (Anexo 1, coluna 3364).

3.1. Indícios e inferências

A primeira codificação foi fundamental para organização do material e seleção dos comentários relevantes dentro da amostra coletada. Dessarte, com a recodificação focada na problemática de pesquisa, pelo paradigma indiciário, localizamos cinco novos códigos que possibilitaram estabelecer os indícios essenciais e acidentais, bem como realizar inferências em suas articulações: Ética e Legalidade (EL) — inclui discussões sobre os direitos de imagem, proteção jurídica à memória do falecido, herança e outras implicações legais; Tecnologia e Autenticidade (TA) — foca a percepção de autenticidade pelas capacidades tecnológicas, fascínio pela inovação e distorção das relações com o real; Memória e Identidade (MI) — envolve comentários sobre memórias pessoais e coletivas, além da fabricação de novas memórias ligadas aos referenciais identitários; Impacto

Sociocultural (ISC) — considera as implicações sociais e culturais do uso da IA, incluindo críticas, questões de militância e produção de sentidos no espaço público; Continuidade da Imagem (DI) — aborda questões ligadas à morte, representação e ressurreição pela imagem, com impactos afetivos, éticos e sociais.

Entre os indícios essenciais observados, a admiração pela tecnologia foi o mais abundante e diretamente relacionado com todas as outras codificações. Em essência, o fascínio com a capacidade técnica da criação de imagem realista provoca uma relação positiva com o grande público. Pensar na possibilidade de criar qualquer pessoa já falecida é considerado desejável para muitos que anseiam rever os seus ídolos e/ou entes queridos e retoma sentimentos de nostalgia, anseio por novos referenciais, reativação de memórias e fim da saudade deixada pelos falecidos.

A admiração tecnológica foi esperada e corrobora os achados na pesquisa de estado da arte. O uso da nostalgia envolvendo a temporalidade em jogo no vídeo e a imagem da Elis Regina foi idealizado exatamente para evocar emoções intensas e afetar o espectador. Moura (2024) apontou o sucesso da campanha justamente em engajar os espectadores ao provocar uma reação emocional que não é unânime, mas majoritariamente positiva. Essa resposta pode ser relacionada com a concepção de Stuart Hall (2003) sobre a identidade como uma “celebração móvel”, onde a memória e a história pessoal são mobilizadas para criar uma continuidade narrativa essencial para a percepção da identidade. A nostalgia atua como um fator de integração temporal, permitindo que os espectadores revivam memórias afetivas e pessoais através da recriação digital. Contudo, um indício acidental claro na relação do TA com outros códigos é que os comentários gerais de admiração se restringem a aspectos visuais específicos da qualidade técnica, elogios à estética ou anseio pela evolução dos processos, sem aprofundamento dos aspectos éticos, legais ou socioculturais.

A aceitação da tecnologia, como foi sugerido por Hall (2003), pode indicar uma mudança na forma como a identidade é percebida e valorizada na era digital, em que a imagem e a *performance* têm um peso significativo. Tomamos essa discussão para apresentar os indícios encontrados ao relacionarmos os códigos MI, ISC e DI. É notório que a recriação da imagem de Elis Regina fomenta a fabricação de novas memórias e a produção de novos sentidos com possibilidade de reflexo no espaço público. Os comentários que associam a imagem da cantora à luta contra a ditadura, apesar de frequentes, foram minoria bruta, que muitas vezes deixou respostas que relativizavam a importância do referencial

histórico, orientados pelo mote da campanha, segundo o qual “o novo veio de novo”. A própria releitura cultural da canção, que “subverte a vertente crítica da canção original de 1975” (Moura, 2024, p. 14), aponta uma tendência do público para assimilar os sentidos produzidos tendo como base a influência identitária de Elis Regina. Registaram-se comentários que diziam que ela “está viva” ou que foi ressuscitada, que estavam com saudade de vê-la, que ficaram felizes por ver a cantora performar com a filha, entre outros.

A articulação teórica que trouxemos sobre a assimilação da essência pela aparência pode ser observado em palavras, na descrição de acessibilidade presente na legenda do vídeo: “Voltamos para a imagem da Maria Rita dirigindo o ID.Buzz. De trás dele, sai uma Kombi branca e azul, e eles começam a andar lado a lado. Dentro da Kombi está Elis Regina, que dirige enquanto canta com Maria Rita.” Contudo, esses sentidos identitários subjetivos se confundem com a racionalização essencialmente indiciada de que os comentários, de forma quase unânime, identificavam a imagem como uma criação digital, com conhecimento do falecimento da cantora. Então existe uma tensão entre o real e o digital que questiona a integridade da representação identitária.

A ligação entre a representação da identidade midiática e o corpo também pode ser indiciada em inúmeras articulações, corroborando a construção teórica que efetuamos. Alguns comentários elogiaram a reprodução dos trejeitos corporais, o sorriso e a “presença” da cantora, apontada como marcante e única. Essa relação, que explicitamente passa pela imagem, visto que se trata de uma representação midiática, toma os caminhos corpóreos da performance como um ato e se manifesta no reconhecimento de uma identidade pelas características do movimento. Ainda, muitos comentários articulam ideias sobre como Maria Rita olhou para a mãe, como deve ter se sentido tendo a mãe do lado, como foi estar novamente com a mãe. Sobre esses comentários, também houve com frequência comentários de resposta alertando para a não presença da mãe e para a construção feita por IA, alguns com explicação técnica do uso de uma dublê no processo tecnológico citado.

Por fim, as inferências reforçam a necessidade de regulamentação e de um debate mais profundo sobre o uso de tecnologias de *deepfake*, especialmente em relação à recriação de identidades de pessoas falecidas. A necessidade de regulamentação é reforçada pela importância de garantir que as recriações respeitem a dignidade dos falecidos. Isso tem implicações na criação de leis que protejam a memória dos indivíduos e garantam que o consentimento seja obtido de maneira ética. A capacidade da tecnologia de evocar

memórias e conectar culturas é poderosa, mas deve ser usada de maneira que respeite as subjetividades das figuras representadas. Nos comentários analisados, isso sugere um uso mais consciente e responsável da tecnologia, em que a autenticidade seja priorizada.

4. Considerações Finais

A análise que efetuamos revelou que a utilização de *deepfakes* para recriar identidades pós-morte provoca diversas reações que fluem entre a admiração técnica e a crítica ética, com maior ênfase para a primeira. Os indícios encontrados possibilitaram compreender as percepções sociais e éticas em torno da dissociação da identidade e da perpetuação digital de imagens. A aplicação do paradigma indiciário de Braga (2008) permitiu problematizar a complexidade dessas percepções e as implicações das tecnologias de IA na construção e perpetuação da identidade midiática.

Trabalhar com as questões de identidade e subjetividade no ambiente midiático implica reconhecer a diversidade das experiências individuais e como elas se manifestam de maneira estruturada no espaço público e no senso comum. Nesse contexto, é essencial analisar criticamente os comentários apresentados, pois eles refletem dimensões subjetivas articuladas em discursos que adquirem força e coesão quando analisados pela construção teórica estabelecida. A relação entre as teorias e as manifestações observadas reforça a relevância das inferências extraídas da análise, uma vez que os comentários evidenciam essas dinâmicas identitárias.

Estabelecemos, a princípio, que as práticas de ressurreição digital podem dissociar a identidade de uma base subjetiva e temporal e permitir que ela continue a produzir significado, mesmo com a morte do sujeito. Quando olhamos para o empírico, tanto no material devidamente analisado, quanto no contexto sociocultural, que inclui a repercussão midiática, fóruns de discussão, influenciadores digitais, etc., fica muito claro que uma imensa variedade de significados é produzida. Contudo, é preciso deixar claro que essa produção não é condicionada pela acreditação da imagem como real, como frequentemente acontece nos estudos sobre notícias falsas. A identidade midiática, como um discurso narrativo, pode flertar com o imaginário, com as artes, com os caminhos da memória e principalmente com a esfera afetiva, assim o simbólico interfere na percepção social da realidade.

Quando flexionamos os resultados com os mecanismos de poder que trouxemos de Foucault (2013), percebemos todo o encantamento produzido na grande maioria dos

espectadores como um processo fundamental nesse momento de chegada das novas tecnologias generativas. Isso porque o esvaziamento de sentidos críticos engendra um regime de verdade que crucialmente favorece os donos dos meios de produção dessa tecnologia. Por exemplo, a consolidação do entendimento do herdeiro como detentor do direito da imagem e a acusação de “mimimi” como estratégia que marginaliza as opiniões dissidentes produzem um regime que não apenas determina o que é verdade, mas quem tem autoridade para proferir essa verdade, influenciando na criação e reformulação de leis mais permissivas sobre a exploração da identidade de pessoas falecidas.

Contudo, o legislativo brasileiro tem avançado com propostas que visam regular essas práticas. Um projeto de lei recentemente apresentado na Câmara dos Deputados propõe que seja exigido consentimento prévio para a utilização de *deepfakes* de pessoas falecidas, com o objetivo de preservar o direito à imagem e o respeito pela memória dos indivíduos (Câmara dos Deputados, 2024). Esse movimento legislativo já sinaliza uma tentativa de conter o esvaziamento de sentidos críticos e de estabelecer um controle sobre a manipulação de identidades midiáticas, buscando reduzir os efeitos potencialmente prejudiciais para a dignidade humana e a representação póstuma, aspectos identificados como áreas de vulnerabilidade na atual dinâmica cultural.

O estudo concreto que realizamos contribuiu para dar materialidade ao esboço teórico inicial sobre a identidade pós-morte e as relações com a Inteligência Artificial. Dessarte, esperamos que as discussões sobre a influência da identidade no espaço público possam ser aprimoradas tendo esse artigo como aporte, visto que a tendência de continuidade da identidade midiática tem se fortalecido, principalmente na indústria cultural. Tomamos criticamente a canção: “Nossos ídolos ainda são os mesmos e [será que] as aparências não enganam, não [?]” (Belchior, 1976).

REFERÊNCIAS

- Bakhtin, M. M. (2011). *Estética da criação verbal*. Martins Fontes.
- Beiguelman, G. (2023). O deepfake de Elis Regina e as fantasmagorias das IAs. *ZUM: Revista de fotografia*. <https://revistazum.com.br/colunistas/elis-regina-ias/>.
- Belchior. (1976). Como nossos pais. In *Alucinação*. PolyGram.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2014). *A construção social da realidade* (36.^a Ed.). Editora Vozes.

- Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZES*, 1(2), 73–88. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88>.
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (Trad. R. Aguiar; 22.ª Ed.). Civilização Brasileira.
- Butler, J. (2015). *Relatar a si mesmo: crítica da violência ética* (Trad. R. Bettoni; 1.ª Ed.). Autêntica.
- Câmara dos Deputados. (2024). *Projeto exige consentimento prévio para uso de deepfake de pessoa falecida*. Câmara dos Deputados. <https://www.camara.leg.br/noticias/983623-projeto-exige-consentimento-previo-para-uso-de-deepfake-de-pessoa-falecida>.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2010). *O que é a filosofia?* (Trad. B. Prado Jr. & A. A. Muñoz; 3.ª Ed.). Editora 34.
- Foucault, M. (1995). O sujeito e o poder. In H. L. Dreyfus & P. Rabinow (Orgs.), *Michel Foucault: uma trajetória filosófica* (pp. 231–250). Forense Universitária.
- Foucault, M. (2012). *A arqueologia do saber* (8.ª Ed.). Forense Universitária.
- Foucault, M. (2013). *Vigiar e Punir*. Edições 70.
- Gabellini, L., Filho, M. J. V. & Procópio, M. R. (2024). Dilemas contemporâneos da inteligência artificial: narrativa, ética e emoção no comercial “Volkswagen 70 anos gerações”. *Revista GEMInIS*, 15(1), 165–187. <https://doi.org/10.14244/2179-1465.RG.2024v15i1p165-187>.
- Hall, S. (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Editora UFMG.
- Lana, L. C. de C., & França, R. O. (2008). Do cotidiano ao acontecimento, do acontecimento ao cotidiano. *E-Compós*, 11(3), 1–13. <https://doi.org/10.30962/ec.303>.
- Mariz, L., Coelho, I. M. F. C., & Andrade, L. de S. N. (2024). Ressurreição digital: a disposição do direito de imagem após a morte na indústria audiovisual e suas repercussões jurídicas. *Revista GEMInIS*, 15(1), 4–20. <https://doi.org/10.14244/2179-1465.RG.2024v15i1p04-20>.
- Martino, L. M. S. (2016). A potência da alteridade nas mídias digitais: uma perspectiva de identidade e diferença. *Lumina*, 10(2). <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2016.v10.21271>.
- Moura, L. de S. (2024). 70 anos de Volkswagen no Brasil: uma análise de branded content com deepfake. *Comunicação Pública*, 19(36), 1–19. <https://doi.org/10.34629/cpublica798>.
- Raza, A., Munir, K., & Almutairi, M. (2022). A novel deep learning approach for deepfake image detection. *Applied Sciences*, 12(19), 9820. <https://doi.org/10.3390/app12199820>.
- Ricoeur, P. (2010). *Tempo e narrativa* (Vol. 1). Editora Martins Fontes.
- Rodríguez Reséndiz, H., & Rodríguez Reséndiz, J. (2024). Digital Resurrection: Challenging the Boundary between Life and Death with Artificial Intelligence. *Philosophies*, 9(3), 71. <https://doi.org/10.3390/philosophies9030071>.
- Rohling, N. (2023). O diálogo entre os escritos do Círculo de Bakhtin e o realismo agencial na análise de materialidades discursivas contemporâneas. *Documentos de Trabalho em Ciências da Linguaxe: DTCL*, 4 (DTCL 2023), 121–145.

- Rolnik, S. (com Preciado, P. B.). (2018). *Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada* (1.^a Ed.). N-1 Edições.
- Silva, J. dos S., & Alves, M. da P. C. (2021). A identidade na vida e a identidade na arte: um panorama identitário nas obras de Bakhtin. *Letras de Hoje*, 56(3), 497–511. <https://doi.org/10.15448/1984-7726.2021.3.40852>.
- Silva Jr., J. L. da, Farbiarz, A., & Pucarelli, M. (2024). Visualidades e construção identitária cotidiana: imagens como identidades mediadas por plataformas. *Revista Eco-Pós*, 1(27), 1–18.
- Sodré, M. (2013). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede* (8.^a Ed.). Editora Vozes.
- Volóchinov, V. (2019). *A palavra na vida e a palavra na poesia: Ensaaios, artigos, resenhas e poemas* (Trad. S. Grillo & E. V. Américo; 1.^a Ed.). Editora 34.
- Yin, R. K. (2016). *Pesquisa qualitativa do início ao fim* (Trad. D. Bueno). Penso.