

Aurum
EDITORA

NARRATIVAS AUTOMATIZADAS E RESPONSABILIDADE ÉTICA:

O PAPEL DO COMUNICADOR E DOS VEÍCULOS
MIDIÁTICOS NA ERA DA INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL



ANA GABRIELA SIMÕES THOMÉ SANTANA

Aurum
EDITORA

NARRATIVAS AUTOMATIZADAS E RESPONSABILIDADE ÉTICA:

O PAPEL DO COMUNICADOR E DOS VEÍCULOS
MIDIÁTICOS NA ERA DA INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL



ANA GABRIELA SIMÕES THOMÉ SANTANA

AURUM EDITORA LTDA - 2025
Curitiba – Paraná - Brasil

EDITOR CHEFE

Lucas Gabriel Vieira Ewers

AUTORA DO LIVRO

Ana Gabriela Simões Thomé Santana

EDIÇÃO DE TEXTO

Stefanie Vitoria Garcia de Bastos

EDIÇÃO DE ARTE

Aurum Editora Ltda

IMAGENS DA CAPA

Freepik

BIBLIOTECÁRIA

Eliane de Freitas Leite

ÁREA DE CONHECIMENTO

Ciências Sociais

Copyright © Aurum Editora Ltda

Texto Copyright © 2025 Os Autores

Edição Copyright © 2025 Aurum Editora
Ltda



Este trabalho está licenciado sob uma
licença Creative Commons Attribution-
NonCommercial-NoDerivatives
4.0 International License.

A responsabilidade pelo conteúdo, precisão e veracidade dos dados apresentados neste texto é inteiramente do autor, não refletindo necessariamente a posição oficial da Editora. O trabalho pode ser baixado e compartilhado, desde que o crédito seja dado ao autor, mas não é permitida a modificação do conteúdo de qualquer forma ou seu uso para fins comerciais.

A Aurum Editora se compromete a manter a integridade editorial em todas as fases do processo de publicação, prevenindo plágio, dados ou resultados fraudulentos, e assegurando que interesses financeiros não afetem os padrões éticos da publicação. Qualquer suspeita de má conduta científica será verificada com atenção aos princípios éticos e acadêmicos. Todos os manuscritos passaram por uma avaliação cega por pares, realizada pelos membros do Conselho Editorial, e foram aprovados para publicação com base em critérios de imparcialidade e objetividade acadêmica.

EDITORIAL BOARD

Adriano Rosa da Silva - Mestre em História Social pela Universidade Federal Fluminense

Alisson Vinicius Skroch de Araujo - Editor Independente - Graduado em Criminologia pelo Centro Universitário Curitiba

Blue Mariro - Doutorando em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Carina Mandler Schmidmeier - Mestranda em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Diego Santos Barbosa - Mestre em Historia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, UNIRIO, Brasil.

Edson Campos Furtado - Doutor em Psicologia - Área de Concentração: Estudos da Subjetividade pela Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil.

Elane da Silva Barbosa - Doutora em Educação pela Universidade Estadual do Ceará

Felipe Martins Sousa - Mestrando em Ciência e Tecnologia Ambiental pela Universidade Federal do Maranhão, UFMA, Brasil.

Francisco Welton Machado - Editor Independente - Graduado em Geografia pela Universidade Estadual do Piauí

Gabriella de Moraes - Doutora em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais

Hygor Chaves da Silva - Doutorando em Ciência dos Materiais pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS, Brasil.

Itamar Victor de Lima Costa - Mestre em Desenvolvimento de Processos Ambientais pela Universidade Católica de Pernambuco

Joao Vitor Silva Almeida - Editor Independente - Graduado em Gestão de Cooperativas pela Universidade Federal do Tocantins

José Leonardo Diniz de Melo Santos - Mestre em Educação, Culturas e Identidades pela Universidade Federal Rural de Pernambuco, UFRPE, Brasil.

José Marciel Araújo Porcino - Graduado em Pedagogia pela Universidade Federal da Paraíba, UFPB, Brasil.

José Neto de Oliveira Felipe - Doutorando em Ensino de Ciências Exatas - PPGECE - Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES, UNIVATES, Brasil.

Luan Brenner da Costa - Editor Independente - Graduado em Enfermagem pela Fundação Herminio Ometto



Lucas Matheus Araujo Bicalho - Mestrando em Historia pela Universidade Estadual de Montes Claros, UNIMONTES, Brasil.

Luciano Victor da Silva Santos - Mestrando em Hotelaria e Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco, UFPE, Brasil.

Luís Paulo Souza e Souza - Doutor em Saúde Pública pela Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Brasil.

Luzia Eleonora Rohr Balaj - Doutoranda em Música pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Magno Fernando Almeida Nazaré - Mestre em Educação Profissional e Tecnológica pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão

Maikon Luiz Mirkoski - Mestre Profissional em Matemática em Rede Nacional pela Universidade Estadual de Ponta Grossa

Marcela da Silva Melo - Mestre em Avaliação de Políticas Públicas pela Universidade Federal do Ceará

Marcos Scarpioni - Doutorando em Ciência da Religião pela Universidade Federal de Juiz de Fora

Marilha da Silva Bastos - Mestranda em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará

Mario Marcos Lopes - Doutorando em Educação pela Universidade Federal de São Carlos

Mateus Henrique Dias Guimarães - Mestre em Enfermagem na Atenção Primária à Saúde pela Universidade do Estado de Santa Catarina

Mirna Liz da Cruz - Editora Independente - Graduada em Odontologia pela Universidade Federal de Goiás

Pedro Carlos Refkalefsky Loureiro - Doutorando em Comunicação, Cutlra e Amazônia pela Universidade Federal do Pará, UFPA, Brasil.

Priscila da Silva de Souza Bertotti - Editora Independente - Graduada em Biomedicina pelo Centro Universitário UniOpet

Ryan Dutra Rodrigues - Editor Independente - Graduado em Psicologia pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas

Rodrigo de Souza Pain - Doutor em Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ, Brasil.

Rodrigo Oliveira Miranda - Doutor em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza, UNIFOR, Brasil.

Salatiel Elias de Oliveira - Doutor em Apostilamento de Reconhecimento de Título pela Universidade do Oeste Paulista



Sebastião Lacerda de Lima Filho - Doutorando em Medicina Translacional pela Universidade Federal do Ceará

Swelen Freitas Gabarron Peralta - Doutoranda em Educação pela Universidade Tuiuti do Paraná

Valquíria Velasco - Doutora em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, Brasil.

Victor José Gumba Quibutamene - Mestrando em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande, FURG, Brasil.

Vinicius Valim Pereira - Doutor em Zootecnia pela Universidade Estadual de Maringá, UEM, Brasil.

Wilson Moura - Doutor em Psicologia pela Christian Business School



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Santana, Ana Gabriela Simões Thomé
Automated narratives and ethical responsibility
[livro eletrônico] : the role of the communicator
and media outlets in the age of artificial
intelligence / Ana Gabriela Simões Thomé Santana ;
[tradução Daniel Rodrigues da Silva]. --
Curitiba, PR : Aurum Editora, 2025.
PDF

Título original: Narrativas automatizadas e
responsabilidade ética : o papel do comunicador e dos
veículos midiáticos na era da inteligência artificial
Bibliografia.
ISBN 978-65-83849-21-2

1. Comunicação 2. Ética (Moral filosófica)
3. Inteligência artificial 4. Jornalismo 5. Mídia
I. Título.

25-308214.0

CDD-302.2

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação 302.2

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

DOI: 10.63330/livroautorall22025-

Aurum Editora Ltda
CNPJ: 589029480001-12
contato@aurumeditora.com
(41) 98792-9544
Curitiba - Paraná



AUTORA

Ana Gabriela Simões Thomé Santana

Iniciou sua jornada acadêmica em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Posteriormente, transferiu seus créditos para os Estados Unidos, onde se formou pela Southern New Hampshire University com o título de Bachelor of Arts in Communications with concentration in Business. É também tecnóloga em Marketing pela UNINTER e mestranda em Comunicação Social pela PUC Minas, com área de pesquisa em Comunicação Midiática e Dispositivos Sociotécnicos.

Nos últimos anos, com o avanço dos modelos de linguagem (LLMs), tem se dedicado ao estudo do uso ético e estratégico da Inteligência Artificial na comunicação e no marketing, explorando como essa tecnologia pode otimizar o tempo e ser utilizada de maneira ética e responsável pelos comunicadores na era digital.



DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, pela força e sabedoria concedidas, e à minha família, alicerce de amor, apoio e inspiração em cada etapa da minha vida.



AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por me guiar em cada passo desta jornada, fortalecendo minha fé e me concedendo coragem nos momentos desafiadores.

Agradeço ao meu esposo, Marcelo, por seu amor incondicional, apoio constante e incentivo em todas as etapas da minha vida. Sua presença tornou esta caminhada mais leve e repleta de significado.

Aos meus filhos, Noah e Thomas, que me ensinam diariamente sobre paciência, alegria e amor verdadeiro. Vocês são minha maior inspiração e motivação para seguir adiante.

Meus sinceros agradecimentos aos meus pais, Reinaldo e Ana Cláudia, por seu amor, valores e ensinamentos que moldaram quem sou. Cada conselho e gesto de cuidado foram fundamentais em minha trajetória.

À minha irmã, Ana Júlia, companheira de vida e amiga para todas as horas, obrigada por sua presença constante e apoio nos momentos mais importantes.

A toda minha família, que sempre me envolveu com carinho, compreensão e incentivo, e aos amigos que compartilharam risos, experiências e palavras de encorajamento, meu reconhecimento e gratidão.

Este trabalho é também um reflexo do amor e do suporte de todos vocês, que estiveram ao meu lado e tornaram possível a realização de mais esta conquista.

Ana Gabriela Simões Thomé Santana



Comunicação é mais que informação; informação subsidia, atualiza, nivela conhecimento. A comunicação sela pactos e educa.

Emilio Odebrecht



RESUMO

O presente trabalho explora as narrativas automatizadas e a responsabilidade ética dos comunicadores e veículos midiáticos na era da inteligência artificial (IA). O objetivo central é analisar como a automação impacta a produção jornalística e quais implicações éticas surgem desse novo cenário, especialmente considerando a crescente influência da IA na comunicação. A pesquisa é predominantemente bibliográfica, revisitando conceitos e teorias relevantes para compreender a interseção entre tecnologia, comunicação e ética. A metodologia utilizada se baseia em uma análise crítica da literatura existente, incluindo obras de autores renomados na área, como Yuval Noah Harari e Luciano Floridi, além de estudos de caso que ilustram a implementação de IA no jornalismo. Os resultados indicam que a automação pode aumentar a eficiência na produção de conteúdo, mas também levanta preocupações acerca da superficialidade informacional e da possibilidade de viés nos dados utilizados pelos algoritmos, comprometendo a qualidade e a confiabilidade das notícias. A análise revela que, embora a IA possa desempenhar um papel positivo ao liberar jornalistas de tarefas repetitivas, é fundamental a presença humana para garantir a análise crítica e a profundidade das informações. Além disso, a pesquisa discute o conceito de "jornalismo automatizado" e como ele está redefinindo as funções tradicionais dos jornalistas, que agora necessitam atuar como curadores de informações, selecionando e contextualizando conteúdos gerados por máquinas. Constatou-se que a interação entre humanos e máquinas é essencial para preservar a qualidade informativa e a credibilidade jornalística. As conclusões apontam para a necessidade de um equilíbrio entre a inovação tecnológica e a ética na comunicação, enfatizando que a responsabilidade deve sempre recair sobre os profissionais, que precisam estar preparados para lidar com os desafios impostos pela automatização. O trabalho reforça a importância de uma formação contínua e de discussões éticas que orientem a prática jornalística na era digital, destacando que a comunicação não é neutra, mas sim um espaço de poder que deve ser constantemente analisado à luz de princípios éticos. A pesquisa também sugere que, para enfrentar os desafios da desinformação e das "bolhas de filtro", é essencial promover a educação midiática e a alfabetização digital, capacitando os cidadãos a reconhecerem vieses e a avaliarem criticamente as informações que consomem. Assim, o trabalho conclui que a comunicação de massa pode e deve contribuir para a construção de uma sociedade mais consciente, ética e solidária, orientando seus conteúdos por princípios formativos e não apenas pelo interesse mercadológico. Em última análise, a presença da inteligência artificial no ecossistema informacional exige uma resposta multidisciplinar e integrada, envolvendo o poder público, o setor tecnológico, a mídia, a academia e a sociedade civil, a fim de construir uma governança ética e democrática da IA que respeite os direitos humanos e promova a justiça informacional. O futuro da comunicação dependerá da capacidade de os profissionais se adaptarem às novas realidades tecnológicas, garantindo que a ética e a responsabilidade social permaneçam no centro da prática jornalística.

Palavras-chave: Narrativas automatizadas; Responsabilidade ética; Comunicação; Inteligência Artificial; Jornalismo.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
REVISÃO DE LITERATURA.....	18
2.1 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS E AUTOMATIZADAS.....	18
2.2 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E COMUNICAÇÃO.....	25
2.2.1 Comunicação Digital.....	29
2.3 ÉTICA NA COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE DO COMUNICADOR.....	30
2.3.1 A comunicação e a ética: principais problemas.....	32
2.4 VEÍCULOS MIDIÁTICOS E ALGORITMOS DE CURADORIA.....	36
2.5 A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA CONSCIÊNCIA SOCIAL.....	39
2.6 DO JORNALISMO COMO CURADORIA À LÓGICA ALGORÍTMICA: DISPUTAS PELA MEDIAÇÃO.....	41
2.6.1 O Fenômeno das "Bolhas de Filtro" e a Fragmentação da Esfera Pública.....	47
2.7 IMAGEM, MEMÓRIA E ÉTICA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: DESAFIOS DA MANIPULAÇÃO E DA DESESPERITUALIZAÇÃO.....	49
2.8 O PAPEL HUMANO NA ERA DA IA: A REAFIRMAÇÃO DA OPINIÃO, CRIATIVIDADE E PENSAMENTO CRÍTICO.....	53
IMPACTOS DA IA NA PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DA INFORMAÇÃO.....	55
3.1 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS E FUTUROS POSSÍVEIS.....	57
3.2 PANORAMA DE AUTORES (HARARI, FLORIDI, CHOMSKY, LÉVY, ETC.).....	60
MATERIAL E MÉTODOS.....	65
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
REFERÊNCIAS.....	78



LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas IA – Inteligência Artificial

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura



LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Print de matéria sobre jornalismo automático.....	22
Figura 2- Portal Big Tem especializado em notícias do esporte e cliente da NS.....	23
Figura 3- Processo de transformação de dados brutos em narrativas da NS.....	24
Figura 4- Campanha do The Economist (2025) questionando a autonomia criativa da IA.....	50
Figura 5- Relação entre inteligência artificial, comunicadores, veículos midiáticos e responsabilidade ética.....	73



LISTA DE QUADROS

Quadro 1– Panorama de autores sobre Inteligência Artificial e Informação.....	64
Quadro 2– Potencialidades e riscos éticos das narrativas automatizadas segundo a literatura.....	69



A ascensão das narrativas automatizadas representa uma das transformações mais significativas na comunicação contemporânea, especialmente em um contexto marcado pela crescente influência da inteligência artificial (IA) na produção e circulação de informações. Desde a invenção da prensa de Gutenberg até a consolidação da internet e das plataformas digitais, a história do jornalismo e da comunicação esteve profundamente vinculada ao desenvolvimento tecnológico (Soria, 2014; Machado, 2003). No entanto, o advento de softwares capazes de produzir textos jornalísticos de forma autônoma, como demonstram as experiências da Narrative Science e da Automated Insights, inaugura um novo paradigma que desafia conceitos tradicionais de autoria, credibilidade e ética na prática comunicacional (Morozov, 2012; Carlson, 2014).

Nesse cenário, observa-se um deslocamento da centralidade humana para sistemas algorítmicos capazes de organizar, filtrar e até gerar narrativas, levantando questões cruciais sobre a objetividade, a neutralidade e a intencionalidade da informação. Estudos mostram que leitores muitas vezes não distinguem textos escritos por jornalistas daqueles produzidos por máquinas, o que intensifica o debate sobre os limites e responsabilidades do jornalismo automatizado (Clerwall, 2014). Ainda que a automatização prometa eficiência e rapidez, pesquisadores como Dalen (2012) e Latar (2014) destacam que a análise crítica, a criatividade e a capacidade de contextualização permanecem como competências essencialmente humanas, sem as quais a comunicação corre o risco de se reduzir a dados desprovidos de sentido social.

A questão ética emerge, portanto, como elemento central nesse debate. Como ressaltam Erbolato (1982), Vidigal de Carvalho (1995) e Guareschi (1997), comunicar significa mais do que transmitir informações: é um ato de partilha e construção coletiva de significados, que exige responsabilidade frente ao impacto social dos conteúdos disseminados. A liberdade de expressão, nesse sentido, não pode ser confundida com ausência de compromisso ético, já que veículos midiáticos e comunicadores desempenham papel determinante na formação da opinião pública e na consolidação de valores sociais.

Além disso, a lógica algorítmica das plataformas digitais introduz novos mecanismos de poder e controle. Pesquisadores como Orlandi (2007), Serrano (2013) e Silveira (2019) apontam que os algoritmos de curadoria, ao selecionar e hierarquizar informações, podem tanto ampliar quanto restringir o acesso a diferentes perspectivas, criando fenômenos como as “bolhas de filtro” (Pariser, 2011) e alimentando o que Zuboff (2018) denomina de “capitalismo de vigilância”. Nesse contexto, a opacidade das plataformas digitais (Han, 2022) aprofunda desigualdades simbólicas e favorece interesses político-econômicos hegemônicos, comprometendo a pluralidade do debate público.

Assim, refletir sobre narrativas automatizadas e responsabilidade ética significa reconhecer que a tecnologia não é neutra (Feenberg, 2010), mas sim resultado de escolhas sociais, políticas e econômicas que moldam a comunicação e a vida coletiva. O papel do comunicador e dos veículos midiáticos, diante desse cenário, exige reafirmar valores como a verdade, a diversidade de vozes e a promoção da cidadania crítica,

de modo a enfrentar os desafios impostos pela inteligência artificial e pela lógica algorítmica na esfera pública.

O avanço da inteligência artificial (IA) e sua integração nos processos comunicacionais têm transformado de maneira acelerada a forma como as narrativas são produzidas, distribuídas e consumidas. Se em momentos anteriores a história da comunicação esteve marcada pela invenção da prensa de Gutenberg, pela ascensão do rádio e da televisão ou pela revolução digital trazida pela internet (Soria, 2014; Machado, 2003), hoje se vivencia um novo marco: a emergência das narrativas automatizadas. Softwares capazes de gerar textos jornalísticos, como os desenvolvidos pela Narrative Science e pela Automated Insights, demonstram que a produção de conteúdo pode ocorrer de maneira quase independente da ação humana, inaugurando um paradigma que desafia os conceitos tradicionais de autoria, ética e responsabilidade (Morozov, 2012; Carlson, 2014).

Esse fenômeno não pode ser analisado de forma isolada. Ele se insere em um contexto mais amplo em que a IA se torna protagonista na reorganização das dinâmicas sociais, políticas e econômicas. Para Harari (2018), estamos diante de uma era em que dados e algoritmos assumem o papel de principais recursos de poder, capazes de moldar comportamentos e decisões coletivas. Já Floridi (2013) chama a atenção para a necessidade de se discutir a ética da informação, uma vez que os algoritmos não apenas processam dados, mas também constroem novas realidades e influenciam diretamente a percepção humana. Chomsky (2021), por sua vez, alerta para o risco de concentração de poder comunicacional em grandes corporações tecnológicas, o que fragiliza a democracia e compromete a diversidade de vozes. Complementando essas perspectivas, Lévy (1999) destaca que a comunicação em rede oferece potencial de inteligência coletiva, mas sua efetivação depende de políticas inclusivas e de uma alfabetização digital crítica, sem as quais prevalece a lógica da exclusão e do monopólio discursivo.

A partir dessas reflexões, percebe-se que a questão central não é apenas tecnológica, mas profundamente ética. Como enfatizam Vidigal de Carvalho (1995) e Guareschi (1997), comunicar significa compartilhar sentidos e construir coletivamente a realidade, o que torna imprescindível pensar no impacto das mensagens veiculadas. Erbolato (1982) já advertia que a mídia, ao mesmo tempo em que informa, também molda valores e comportamentos, devendo atuar sob um compromisso ético que vá além dos interesses comerciais ou políticos. Nesse sentido, a responsabilidade do comunicador e dos veículos midiáticos se amplia diante do uso crescente de algoritmos que, como observa Pariser (2011), criam “bolhas de filtro”, restringindo o acesso à pluralidade de informações.

A crítica de autores como Zuboff (2018) e Han (2022) reforça que vivemos sob o domínio de um “capitalismo de vigilância”, em que dados pessoais são transformados em mercadorias e utilizados para prever e influenciar comportamentos. Nesse cenário, os algoritmos operam de forma opaca, reforçando desigualdades simbólicas e silenciosamente moldando a opinião pública. Orlandi (2007) chama esse

fenômeno de “política do silêncio”, em que determinados discursos são privilegiados enquanto outros são invisibilizados, limitando o campo de sentidos possíveis na esfera social.

Dessa forma, a discussão sobre narrativas automatizadas ultrapassa o âmbito da inovação tecnológica e exige uma reflexão crítica sobre ética, democracia e cidadania. A comunicação, longe de ser neutra, está diretamente relacionada às disputas de poder e ao processo de construção da consciência social (Serrano, 2013; Silveira, 2019). Nesse contexto, reafirmar o papel humano na mediação da informação é fundamental, seja pela capacidade crítica, pela criatividade ou pela responsabilidade ética do comunicador. O desafio contemporâneo consiste em equilibrar os benefícios da automação com a necessidade de preservar a pluralidade de vozes, a verdade factual e o compromisso com a dignidade humana.

Assim, a presente discussão insere-se em um terreno complexo, onde a inteligência artificial redefine a prática jornalística e comunicacional, mas também reabre debates filosóficos, éticos e políticos sobre liberdade, responsabilidade e justiça social. O comunicador, nesse cenário, não é apenas transmissor de mensagens, mas um agente essencial para garantir que a tecnologia seja utilizada em prol do interesse público e da construção de uma sociedade mais crítica, democrática e plural.

2.1 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS E AUTOMATIZADAS

Embora apresente uma visão simplificada, a abordagem dualista sobre a relação entre seres humanos e tecnologia ainda é amplamente adotada nos dias atuais. Classificações como prometeicos ou fáusticos (Rüdiger, 2007), apocalípticos ou integrados (ECO, 2006), ciberiluministas ou neoluditas continuam a ser empregadas, demonstrando o esforço contínuo de campos como a Filosofia da Tecnologia para refletir sobre essas questões, cuja origem está no conceito de técnica. Enquanto a técnica remonta à antiguidade, a noção de tecnologia surge apenas mais tarde. Lemos (2002) explica que a tecnologia corresponde à técnica na era moderna, bastante distinta da visão antiga e desvinculada de suas conotações sagradas. Trata-se de uma técnica fundamentada na racionalidade, no avanço científico, na física newtoniana, na matemática cartesiana e no empirismo, que passa a ver a natureza como um “objeto de livre conquista” (Lemos, 2002, p. 45).

Segundo Rüdiger (2007, p. 175), “a técnica é, em essência, uma mediação do processo de formação da vida humana em condições sociais determinadas”. Segundo Rüdiger (2007, p. 186), o conhecimento operacional que denominamos técnica se articula com a forma de saber conhecida como ciência por meio da mediação da máquina, estendendo-se potencialmente a todas as áreas suscetíveis de automatização, em conformidade com os princípios e características do período histórico que a constituiu: a Modernidade.

Para Heidegger, a técnica representa uma forma de o ser humano estar no mundo; no entanto, com o advento da modernidade, essa relação passa a assumir um caráter de dominação e agressividade em relação à natureza. A partir de então, a natureza torna-se objeto de conhecimento e de manipulação humana, dentro de uma lógica de progresso contínuo e irreversível. Sennett (2009) associa esse momento à abertura da caixa de Pandora — figura mitológica que, ao ser enviada por Zeus, trouxe ao mundo, além da inovação, o potencial destrutivo das criações humanas. Na cultura grega, Pandora simbolizava também os objetos fabricados pelo homem, capazes de gerar consequências negativas ao próprio criador.

Os grandes acontecimentos do século XX, como as guerras mundiais, o nazismo, a guerra fria e o temor de um conflito nuclear, tornaram concretas as piores previsões dos antigos gregos, justamente em um período que, paradoxalmente, acreditava estar mais avançado graças ao progresso tecnológico.

As reflexões sobre as conexões entre sociedade e tecnologia deram origem a novos campos de estudo, como os chamados Science and Technology Studies (STS). Autores como Castells (1999) e Feenberg (2002) têm se dedicado a investigar esse campo, considerando a complexidade e a multiplicidade de fatores envolvidos nessa relação.

Feenberg (2002), ao criticar abordagens reducionistas sobre a tecnologia, propõe inicialmente um panorama das posições mais recorrentes e, a partir desse mapeamento, incorpora dimensões como democracia, poder e liberdade às discussões em STS. Em sua análise das sociedades modernas, a tecnologia aparece como uma das principais fontes de poder, articulada aos contextos sociais. Ele argumenta que

decisões políticas com impacto direto no cotidiano são frequentemente influenciadas por agentes que controlam sistemas técnicos, como grandes corporações, forças armadas ou associações profissionais — entre elas físicos, engenheiros e, atualmente, desenvolvedores de software.

Feenberg recorre ao pensamento de Marx para reforçar sua crítica: assim como o filósofo alemão questionava, ainda no século XIX, a ideia de uma economia regida exclusivamente por leis naturais, como a da oferta e da demanda, o papel da tecnologia também não deve ser analisado sem considerar suas articulações com a sociedade. Uma visão puramente técnica e isolada seria, portanto, limitada.

Seguindo uma perspectiva similar à crítica marxista da economia, Feenberg (2010) relativiza a suposta neutralidade da tecnologia, destacando que seu surgimento e evolução ocorrem dentro do universo humano e são moldados por ele. A criação técnica, segundo o autor, resulta da interação entre razão e experiência. Embora o conhecimento da natureza seja essencial para o funcionamento de qualquer artefato, este deve operar em um contexto social, sendo também influenciado pelas vivências desse ambiente (Feenberg, 2010, p. 17).

Paralelamente ao debate filosófico, o cinema tem desempenhado um papel expressivo na representação do imaginário tecnológico, oscilando entre o medo e o fascínio. Diversos filmes ilustram esse dualismo, por meio de robôs, máquinas e inteligências artificiais que se voltam contra os humanos. Exemplos notórios incluem o computador HALL 9000 em 2001 – Uma Odisseia no Espaço (Kubrick, 1968), a ameaça de extermínio em O Exterminador do Futuro (James Cameron, 1984) ou a dominação virtual em Matrix (Wachowski, 1999), onde os humanos são transformados em fontes de energia.

Na série televisiva Star Trek: The Next Generation e no filme derivado Star Trek – First Contact (Frakes, 1996), os Borgs — seres biomecânicos — representam outra figura temida: uma coletividade que assimila outras espécies, transformando-as em parte de sua colmeia através de implantes cibernéticos, eliminando sua individualidade.

Entretanto, a fascinação pelas máquinas é bem anterior à atual dependência de dispositivos tecnológicos como celulares, tablets e outros aparelhos digitais. Durante a antiguidade e a Idade Média, relatos sobre autômatos eram raros, mas no século XVIII houve um florescimento dessas criações. Devaux (1964) descreve, por exemplo, a exibição da "Tocadora de Xilofone", uma boneca mecânica construída por Roentgen, cuja inspiração teria sido Maria Antonieta — uma obra que ainda hoje pode ser apreciada em Paris.

Numa sala do Palácio de Versalhes, entre as saias de balão e os vestidos da corte, o exímio automatista Roentgen, apresenta a Luís XVI outra obra-prima. Aquela Tocadora de xilofone, de corpete decotado e vestido de seda bordada, provoca a curiosidade geral; fala-se do corpo da boneca divinamente modelado debaixo do vestido, pasma-se com a precisão e a sua altiva graciosidade. Uma pequena ária muito viva saltita desperta pela saraivada dos martelos de marfim; todo um século se desprende dessa música elegante e seca; e quando a jovem, debaixo dos anéis do seu penteado alto, volta a cabeça para saudar, a semelhança levanta um sussurro em toda a sala... Mais tocante e mais perfeita no mecanismo que o Escrivão ou a Musicienne, dos Jaquet-Droz, ou o Pato, de Vaucanson, e os seus Flautistas, a Tocadora de xilofone evoca fielmente, quanto a nós, a Primeira Idade do Automatismo (Devaux, 1964, p. 7).

Desde os primórdios, o jornalismo tem estado vinculado a alguma forma de tecnologia, destacando-se o processo de impressão de Gutenberg como um dos principais responsáveis pela expansão dessa atividade. Anos depois, no final do século XX, a introdução das redes, da internet e dos computadores nas redações deu início a um ciclo de transformações profundas que ainda perdura, sendo descrito por Soria (2014) como um verdadeiro tsunami, refletindo o impacto significativo que a digitalização trouxe ao processo de produção jornalística.

Machado (2003) explica que surgiram duas visões para entender essas transformações. A primeira, chamada de instrumentalista, considerava os computadores apenas como ferramentas adicionais para os jornalistas, semelhantes a inovações passadas como o telégrafo e a máquina de escrever. A segunda perspectiva via a chegada do digital como uma mudança muito mais abrangente. A incerteza sobre as consequências da disseminação digital dificulta a compreensão das particularidades da prática jornalística nas redes, incluindo as mudanças no perfil profissional, na estrutura organizacional das empresas de comunicação e nas funções do usuário no processo de criação de conteúdo (Machado, 2003, p. 2).

Bradshaw e Rohumaa (2011) traçam um histórico do jornalismo online no Ocidente, identificando o britânico Today de 1986 como precursor na produção de conteúdo digital e o Daily Telegraph como um dos primeiros jornais impressos a ter sua versão online em 1994. Atualmente, nas redações digitais, as informações fluem continuamente, permitindo a construção de histórias que muitas vezes começam com breves atualizações e podem se expandir em grandes reportagens, como a premiada Snow Fall do New York Times (Branch, [200-]).

As mudanças tecnológicas e seus impactos não podem ser analisados isoladamente, pois fatores sociais e econômicos também desempenham papéis cruciais no complexo cenário da mídia contemporânea. Haak, Parks e Castells (2012) discutem as tendências do futuro em uma era digital interconectada, argumentando que as novas possibilidades tecnológicas não resultaram em uma crise para o jornalismo, mas sim na necessidade de revisão dos modelos de negócios das grandes empresas de mídia.

As funções essenciais do jornalismo, que incluem observar fatos relevantes, fazer perguntas apropriadas e explicar os resultados, permanecem inalteradas, mas foram reconfiguradas e expandidas pelas novas tecnologias. Haak, Parks e Castells (2012) listam várias tendências que caracterizam o jornalismo do

futuro, como o jornalismo em rede, inteligência coletiva, conteúdo gerado por usuários, mineração de dados e jornalismo automatizado.

Nosso foco está no jornalismo automatizado (JA), que se caracteriza pelo fato de que parte do conteúdo jornalístico é atualmente gerado por máquinas através de software, usando desde listas de palavras simples até complexos modelos de inteligência artificial. Essa desconexão entre texto e jornalista representa uma das tendências tecnológicas mais intrigantes e problemáticas, uma vez que desafia a noção tradicional de autoria.

É importante notar que essa temática é relativamente nova nos estudos de jornalismo e não deve ser confundida com o Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), que já foi amplamente explorado por vários autores, como Barbosa (2007) e Fidalgo (2004). Embora a automatização seja uma parte da JDBD, os algoritmos de IA que sustentam as narrativas automatizadas operam de maneira diferente, enfrentando o desafio de representar processos do mundo real no ambiente computacional.

Os softwares de IA, ao contrário das bases de dados, são mais complexos e dinâmicos, aprendendo e realizando funções a partir dos dados que processam. Essa complexidade se reflete nas diferentes formas de manipulação que BDs e soluções de IA proporcionam. Enquanto as BDs operam em um nível macro, organizando informações específicas, os algoritmos de IA atuam em um nível micro, na construção do próprio texto, desafiando as fronteiras da atividade jornalística.

Morozov (2012), em sua obra intitulada “Um robô roubou o meu Pulitzer!”, relata os primeiros passos de empresas especializadas em inteligência artificial, como a Narrative Science, na automatização da produção jornalística. Essas empresas passaram a oferecer como serviço a criação de textos jornalísticos gerados por algoritmos, voltados especialmente para veículos de comunicação que atuam nos segmentos de esportes e finanças. Nesses casos, o conteúdo é construído a partir de dados numéricos e de relações entre variáveis quantificáveis, como índices de câmbio ou resultados de partidas esportivas.

Figura 1- Print de matéria sobre jornalismo automático

A Robot Stole My Pulitzer!

How automated journalism and loss of reading privacy may hurt civil discourse.

By Evgeny Morozov | Posted Monday, March 19, 2012, at 7:11 AM ET



Automated journalism like that produced by Narrative Science could perhaps save media jobs, but it can also hurt civil discourse. William Gottlieb/Library of Congress.

Can technology be autonomous? Does it lead a life of its own and operate independently of human guidance? From the French theologian Jacques Ellul to the Unabomber, this used to be widely accepted. Today, however, most historians and sociologists of technology dismiss it as naive and inaccurate.

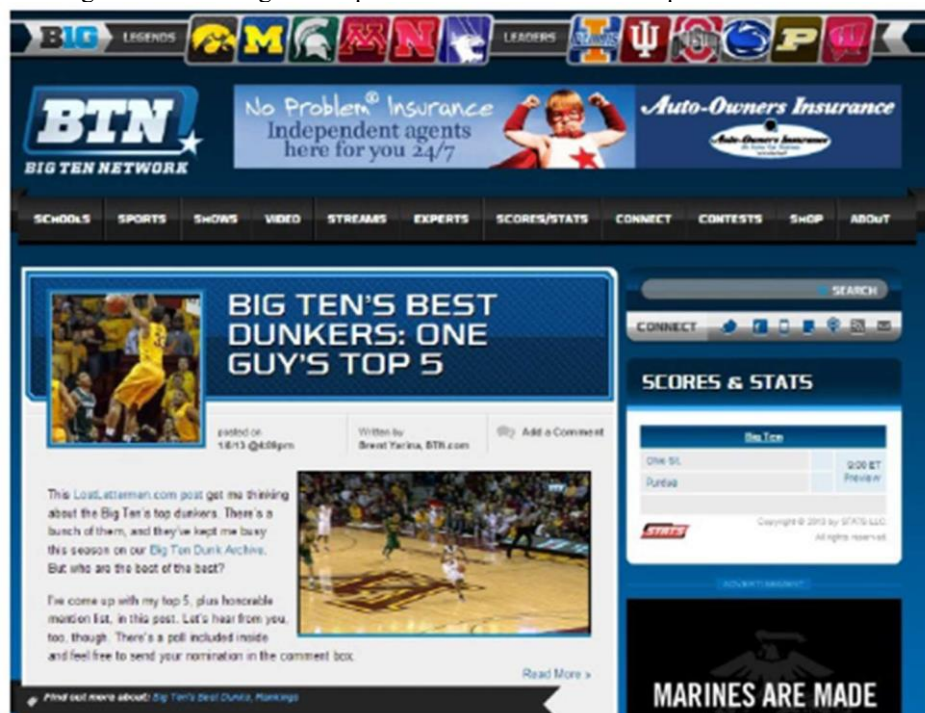
Yet the world of modern finance is increasingly dependent on automated trading, with sophisticated computer algorithms finding and exploiting pricing irregularities that are invisible to ordinary traders.

Meanwhile, *Forbes*—one of financial journalism's most venerable institutions—now employs a company called Narrative Science to automatically generate online articles about what to expect from upcoming corporate earnings statements. Just feed it some statistics and, within seconds, the clever software produces highly readable stories. Or, as *Forbes* puts it, "Narrative Science, through its proprietary artificial intelligence platform, transforms data into stories and insights."

Fonte: Morozov (2012).

Narrative Science (NS) surgiu a partir de um projeto de pesquisa chamado "Stats Monkey", desenvolvido por alunos e docentes dos cursos de Ciência da Computação e Jornalismo da Northwestern University, no contexto do InfoLab. Esse projeto tinha como finalidade principal a geração automática de resumos de partidas de baseball nos Estados Unidos. Em 2010, o projeto passou a se chamar oficialmente Narrative Science e, logo em seguida, a empresa patenteou uma plataforma de autoria baseada em inteligência artificial, denominada Quill.

Figura 2- Portal Big Ten especializado em notícias do esporte e cliente da NS

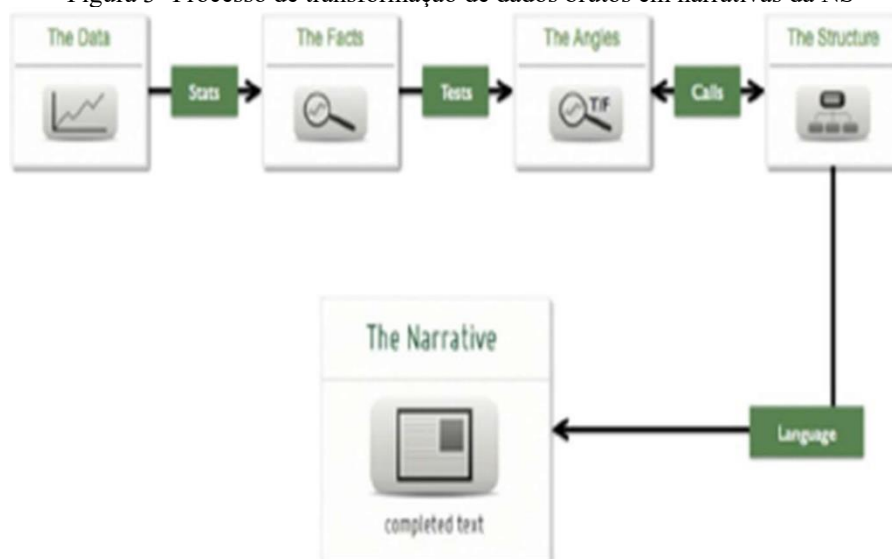


Fonte: Big Ten Network (2014).

A empresa Automated Insights (AI) também atua na produção de conteúdo jornalístico automatizado para diversos clientes. Fundada em 2008 sob o nome StatSheet, a companhia recebeu apoio financeiro de uma organização voltada à promoção da inovação no estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos. A partir desse incentivo, iniciou um processo de crescimento que, de acordo com informações divulgadas em seu site oficial (Automated Insights, 2013), resultou na geração automática de mais de 300 milhões de textos até 2014, incluindo tanto relatórios corporativos quanto matérias jornalísticas.

Arce (2009), ainda em caráter teórico, já discutia a viabilidade da automatização dos discursos, incorporando em sua análise as reflexões de Lage (1997) sobre o tema. Ambos, no entanto, abordaram a questão de forma conceitual, sem realizar experimentações práticas. No campo da inteligência artificial, Coppin (2010, p. 24) observa que um dos principais desafios consiste na representação da realidade a ser utilizada pelos sistemas computacionais, ressaltando que “para um computador poder solucionar um problema relacionado ao mundo real, ele primeiro precisa de um meio para representar o mundo real internamente. Ao lidar com aquela representação interna, o computador torna-se capaz de solucionar problemas”.

Figura 3- Processo de transformação de dados brutos em narrativas da NS



Fonte: Narrative Science (2010).

No campo do jornalismo, as empresas mencionadas passaram a produzir leads automatizados por se tratar de uma estrutura textual com padrão interno bem definido, o que facilita sua conversão em instruções computacionais interpretáveis por máquinas. Carlson (2014) aponta o jornalismo automatizado como uma das práticas baseadas em dados com maior potencial de ruptura, justamente por sua baixa dependência da atuação humana, limitada, em grande parte, às decisões tomadas durante a programação dos sistemas. Vale destacar que essa participação humana muitas vezes ocorre sem a presença de jornalistas profissionais, considerando que as principais soluções já implementadas são desenvolvidas por empresas privadas de tecnologia, que mantêm seus processos em sigilo por meio de patentes e operam sob um modelo fechado de propriedade industrial.

Em sua pesquisa, Carlson (2014) analisa as reações de jornalistas à adoção dos serviços da Narrative Science nas redações e observa que o avanço do jornalismo automatizado (JA) levanta importantes questionamentos sobre o futuro da profissão jornalística, os padrões tradicionais de produção de conteúdo, além da própria autoridade e identidade do jornalismo como prática socialmente reconhecida.

Por sua vez, Clerwall (2014) adota uma abordagem experimental ao investigar a recepção de textos gerados por humanos e por máquinas. Apresentando esses conteúdos a leitores sem revelar suas origens, ele avalia como os participantes percebem aspectos como qualidade, credibilidade e objetividade. Embora os textos criados por algoritmos tenham sido considerados descritivos e monótonos, eles se destacaram pela objetividade. O estudo também revela que os leitores não conseguiram distinguir claramente entre textos escritos por jornalistas e aqueles produzidos por softwares.

Dalen (2012) concentra sua análise nas competências envolvidas na atividade jornalística e na comercialização de conteúdo. A partir das percepções dos profissionais sobre as narrativas automatizadas,

ele identifica vantagens e desvantagens. Os jornalistas ressaltaram a importância da análise crítica, da personalização e da criatividade — habilidades que contrastam com atributos como factualidade, objetividade, simplificação e rapidez, mais compatíveis com os sistemas automatizados. Ainda assim, os profissionais reconheceram que a automação pode liberar tempo para investigações mais aprofundadas e reportagens de maior relevância.

Embora não trate diretamente do jornalismo automatizado, o estudo de Lewis e Usher (2014) analisa as possibilidades de cooperação entre jornalistas e desenvolvedores de software, com base no estudo de caso da rede Hacks/Hackers. Os autores aplicam o conceito de “zonas de troca” para explorar os potenciais de colaboração, os desafios e as oportunidades dessa convergência interdisciplinar.

Adotando uma perspectiva mais crítica, Latar (2014) examina como a lógica emergente de extração de dados em larga escala visa traduzir a complexidade social por meio das informações geradas nas interações digitais e nas mídias sociais. Ele relaciona esse fenômeno ao surgimento do que chama de social physics, uma nova abordagem científica que, inspirada na análise de átomos na física, busca compreender os sistemas sociais a partir de dados fragmentados. Dentro desse cenário, o jornalismo robótico seria um subproduto, caracterizado pela coleta automática de dados massivos e sua transformação, por meio de softwares, em narrativas legíveis, sem a intervenção humana na etapa de produção.

Latar (2014) também chama a atenção para as implicações econômicas dessa mudança. Diante dos custos elevados da produção jornalística tradicional, ele alerta para a possibilidade de substituição dos jornalistas por engenheiros de software e analistas de dados como as figuras centrais nas empresas de comunicação. Paralelamente ao surgimento da social physics, a prática narrativa — entendida como a arte de contar histórias — também está se transformando em uma atividade científica, com o uso de algoritmos de inteligência artificial que se valem de avanços da linguística e do processamento da linguagem natural. Esses algoritmos são capazes de transformar dados em histórias compreensíveis em questão de segundos (Latar, 2014, p. 65).

2.2 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E COMUNICAÇÃO

O conceito de Inteligência Artificial (IA) surgiu após um período inicial em 1943, quando Warren McCulloch e Walter Pitts propuseram um modelo matemático no qual os neurônios poderiam estar em um estado “ligado” ou “desligado”, operando de forma binária (Warwick, 2013). Contudo, o termo só foi oficialmente introduzido na década de 1950, quando McCarthy, Minsky, Rochester e Shannon propuseram um projeto que visava simular todos os aspectos da aprendizagem e inteligência em um computador (Jackson, 2019).

Alan Turing impactou significativamente o campo da IA ao levantar uma pergunta fundamental: “As máquinas podem pensar?” (Turing, 1950). Em busca dessa resposta, Turing introduziu o Teste de

Turing, também conhecido como Jogo da Imitação, que avalia se um computador pode replicar o comportamento humano sem ser identificado como uma máquina. Esse teste focava essencialmente na capacidade de uma máquina em demonstrar inteligência. Turing (1950) esperava que essas máquinas inteligentes “competissem com o Homem em todas as áreas puramente intelectuais”.

Atualmente, a IA é classificada em três categorias principais: IA Focada, IA Generalizada e IA Superinteligente (Ludermir, 2021). A IA Focada, ou fraca, utiliza algoritmos especializados para resolver problemas em áreas específicas, enquanto a IA Generalizada, ou forte, possui algoritmos tão poderosos quanto os humanos, usando técnicas de machine learning para realizar tarefas. A IA Superinteligente, ainda hipotética, seria superior aos humanos em quase todas as atividades. Ludermir (2021) menciona que ainda não existem sistemas de IA Superinteligente e questiona a possibilidade de criar máquinas mais inteligentes que os humanos. Em resumo, Sterne (2017) afirma que a IA reproduz a inteligência humana, abrangendo uma variedade de tecnologias que fazem dispositivos agirem como pessoas.

Nos anos 60 e 70, a IA focava em imitar o comportamento humano, o que gerou discussões sobre a semelhança entre computadores e cérebros humanos. Nas décadas seguintes, novas abordagens permitiram que a IA não apenas replicasse movimentos, mas também desenvolvesse uma mente própria, capaz de realizar tarefas de maneira mais eficiente (Warwick, 2013).

Jackson (2019) argumenta que a IA deve ser estudada além de suas aplicações técnicas, considerando como essa ciência se relaciona com as expectativas e receios da humanidade. Isso implica compreender tanto os humanos quanto as máquinas. A ByteDance, uma empresa chinesa de IA, tornou-se a maior startup unicórnio de IA em 2021, avaliada em cerca de 140 bilhões de dólares. Seus algoritmos de IA oferecem feeds de conteúdo personalizados em plataformas como TikTok e Douyin (Statista, 2021).

Uma empresa unicórnio é uma organização privada avaliada em mais de um bilhão de dólares. Em 2022, havia mais de mil empresas unicórnio no mundo, incluindo nomes conhecidos como Airbnb, Facebook e Google (CBInsights, s.d.). Em Portugal, em 2021, haviam seis startups unicórnios, incluindo Farfetch e Talkdesk (FCT, 2021).

A IA está gradualmente transformando o cotidiano humano, apresentando tanto impactos positivos quanto negativos. Por exemplo, a IA pode ajudar a evitar tarefas perigosas ou eliminar trabalhos manuais, liberando tempo para outras atividades (Ludermir, 2021). Sistemas de IA que interagem com humanos precisam entender seu comportamento e intenções, tornando-se mais úteis e seguros (Riedl, 2019). A IA é capaz de ver (visão artificial), ouvir (reconhecimento de voz) e compreender (processamento de linguagem natural) (Rouhiainen, 2018). Embora ofereça benefícios, como transcrições e traduções, a IA também levanta problemas sociais, éticos e de privacidade (Ludermir, 2021).

Embora se discuta a capacidade das máquinas de pensar, é amplamente reconhecido que os computadores ainda não conseguem aprender com a facilidade dos humanos (Jackson, 2019). Ray Kurzweil

prevê que, em algumas décadas, a inteligência das máquinas superará a humana, resultando na “Singularidade” — uma mudança tecnológica tão rápida e profunda que alterará a trajetória da História humana (Eliot, 2022).

De acordo com o prefácio de Fábio Gagliardi Cozman no livro de Dora Kaufman, “a tecnologia de inteligência artificial não é infalível, como qualquer tecnologia; por meio de um debate aprofundado, podemos reduzir seus problemas e aumentar seus benefícios” (Cozman, 2023, p. 4). É fundamental que a Inteligência Artificial seja compreendida, com seu funcionamento, capacidades, vantagens e desvantagens sendo cada vez mais conhecidos, para que seu uso seja otimizado em prol da humanidade, especialmente na educação. Gabriel (2023) destaca que a inteligência artificial:

(IA) é um conceito que remonta à Antiguidade, cujo termo foi cunhado nos anos 1950, tornando-se desde então oficialmente uma área do conhecimento. Portanto, não é um assunto novo, mas, por questões de evolução tecnológica, atualmente é a tecnologia mais disruptiva com a qual convivemos, tendendo a ser a mais poderosa já criada pela humanidade. Por isso, é fundamental que todo ser humano - principalmente educadores - conheça o que é IA e os seus impactos na humanidade - tanto benefícios como riscos (Gabriel, 2023, p. 193).

O progresso da Inteligência Artificial (IA) nos últimos anos tem sido notável, tornando-se central em diversos setores em um curto espaço de tempo. Gabriel (2020) destaca que uma das formas mais significativas de IA é o machine learning, que analisa dados para identificar padrões, permitindo que as máquinas aprendam e tomem decisões de maneira autônoma, semelhante ao raciocínio humano. Fernandes (2023) observa que termos como machine learning, redes neurais e algoritmos têm recebido atenção significativa na mídia, refletindo o crescente interesse por essa tecnologia, com muitas empresas reconhecendo sua relevância estratégica e investindo consideravelmente.

O conceito de inteligência artificial foi introduzido por Alan Turing em 1950, em um artigo que propunha a criação de máquinas com capacidades humanas. Esse marco iniciou um rápido desenvolvimento na pesquisa em IA, que ganhou impulso na conferência de Dartmouth em 1955, onde foram estabelecidos objetivos e desafios fundamentais. Em 1957, surgiu o Perceptron, o primeiro modelo de rede neural capaz de reconhecer padrões, um avanço crítico nas técnicas de aprendizado de máquina (Fernandes, 2023). Em 1965, o software Eliza, que simulava conversas com um terapeuta, tornou-se um precursor das interfaces de conversação atuais. Kaufman (2022, p. 153) menciona que “os assistentes virtuais provocam polarizações” entre aqueles que os consideram invasivos e os que valorizam seus benefícios, com a Alexa dominando 70% do mercado de assistentes de voz nos EUA.

Em 1985, o interesse pela IA ressurgiu com sistemas especialistas que resolviam problemas em várias áreas. O computador Deep Blue, projetado para jogar xadrez, venceu o campeão mundial, destacando o potencial das máquinas (Fernandes, 2023). A partir de 2010, a IA recebeu novo impulso com o advento do machine learning, permitindo o desenvolvimento de softwares como reconhecimento facial, de voz e

escrita automática, além de carros autônomos. Gabriel (2020) enfatiza que esse aprendizado contínuo possibilita que as máquinas evoluam rapidamente.

A evolução da IA reflete seu potencial transformador na sociedade. Desde a visão de Turing até os avanços em machine learning, a IA molda o futuro tecnológico e social. Sayad (2023, p. 26) ressalta que o termo “inteligência artificial” levanta especulações sobre a superação das máquinas em relação aos humanos. Novos softwares estão se tornando essenciais no cotidiano, facilitando rotinas e tarefas.

Fernandes (2023) aponta que o aumento do poder de processamento, o acesso a grandes volumes de dados e os avanços em algoritmos são fatores que tornam a IA promissora. Um exemplo recente é o ChatGPT, que oferece conteúdos detalhados e é utilizado em escolas para auxiliar no aprendizado (Bom Dia Rio Grande, 2023). Sayad (2023, p. 17) esclarece que “sistemas de inteligência artificial, como o ChatGPT, não têm consciência, sentimento ou originalidade”, e que a qualidade das perguntas formuladas é crucial para os resultados. A presença da IA em nossas vidas está crescendo, tornando-se indispensável para otimizar rotinas e se destacando em áreas como diagnósticos médicos e criação artística. Esses avanços mostram o potencial da IA para transformar a sociedade. Diante dessa rápida evolução, é fundamental refletir sobre seu impacto nas habilidades de comunicação. A comunicação, sempre vital nas relações humanas, está sendo transformada pela crescente influência da IA.

A tecnologia é vista como uma aliada na gamificação do ensino e na comunicação, ajudando a desenvolver habilidades personalizadas e facilitando o aprendizado. Harasim (2015, p. 31) define a IA como uma área da Ciência da Computação que busca fazer com que os computadores pensem e se comportem como humanos, embora a mesma autora aponte que o cognitivismo tenta substituir os professores. Feynman, citado por Kaufman (2022), argumenta que as máquinas não poderão pensar como humanos, assim como um avião não voa como um pássaro. As máquinas são treinadas por humanos, o que torna essencial preparar as pessoas para usar e gerenciar as novas tecnologias adequadamente. Kaufman (2022) observa que os algoritmos de IA identificam padrões estatísticos, mas não compreendem seu significado, permanecendo no mundo matemático. Harasim (2015) menciona uma carta divulgada na Conferência Internacional Conjunta sobre Inteligência Artificial em 2015, que destaca o potencial da IA para beneficiar a humanidade, mas também alerta sobre os riscos de robôs autônomos que poderiam causar danos.

Sayad (2023, p. 130) sugere revisitar teorias do pensamento crítico, como as desenvolvidas por Adorno e Horkheimer. Embora tais autores pertençam a uma tradição crítica distinta, suas reflexões históricas ajudam a compreender os desafios atuais da comunicação frente às tecnologias digitais, sem que isso implique adesão às suas premissas ideológicas. A educação midiática, conforme as reflexões de Sayad (2023), busca entender os impactos éticos das mídias na vida dos cidadãos. Ferrari, Machado e Ochs (2020) afirmam que a educação midiática envolve habilidades para acessar, analisar, criar e participar criticamente

do ambiente informacional. Santaella (2023, p. 58) destaca que a IA desafia a autopercepção humana, exigindo novos conceitos sobre nós mesmos.

Kaufman (2022, p. 301) reforça que “os algoritmos de IA estão mediando nossa comunicação e sociabilidade”, o que torna essencial entender seu funcionamento. Sayad (2023, p. 11) observa que a IA generativa transforma não apenas a interação com a tecnologia, mas também a linguagem e a cognição, alterando fundamentalmente a comunicação e a sociabilidade.

Kaufman (2022, p. 37) também aponta que as tecnologias digitais possibilitam uma comunicação segmentada, mas a IA oferece uma hipersegmentação ainda mais eficiente. Essa influência da IA em nossas habilidades de comunicação traz desafios e oportunidades. A rápida evolução tecnológica exige uma adaptação constante, especialmente na comunicação. Kaufman (2022, p. 280) destaca que as plataformas de tecnologia, alimentadas por algoritmos, têm acesso privilegiado aos dados dos usuários. Portanto, é crucial que governos, instituições educacionais e empresas promovam a educação midiática, desenvolvendo a capacidade crítica dos cidadãos diante do vasto fluxo de informações geradas pela IA.

Em um mundo em transformação, a educação deve preparar indivíduos para compreender e utilizar a IA de maneira ética e responsável, além de incentivar projetos que busquem soluções para problemas complexos, melhorias na assistência médica e preservação ambiental, entre outros.

2.2.1 Comunicação Digital

A maior parte da comunicação humana, ao longo da história, ocorreu em contextos presenciais, principalmente por meio da expressão oral, em função da sobrevivência, enquanto a comunicação mediada era restrita a grupos de elite. Porém, o avanço da educação e da indústria gráfica levou ao surgimento e à difusão das comunicações mediadas, que se intensificaram com o desenvolvimento de tecnologias eletrônicas, como computadores e smartphones (Thompson, 2018).

Comunicar é a capacidade de compartilhar mensagens por meio da troca de informações, que são compreendidas apenas no contexto das relações sociais. A internet, portanto, cria um novo meio de comunicação interativa, permitindo o envio de informações em massa e em tempo real (Castells, 2015). Assim, a comunicação digital se aplica à comunicação corporativa como uma área estratégica de informação e interação (Corrêa, 2005).

A revolução digital impactou a comunicação ao desenvolver uma “dimensão vertiginosa” que passou por diversas fases até chegar ao que conhecemos hoje (Thompson, 2018). Thompson (2018) apresenta a "Teoria Interacional da Mídia", defendendo que os meios de comunicação devem ser analisados em conjunto com as formas de ação e interação de sua utilização, e não isoladamente. A interação mediada, que possibilita o envio de informações a indivíduos separados por tempo e espaço, como via telefone ou e-mail, é destacada. Com o crescimento das redes, surge a interação mediada online, que captura novas formas

de relacionamento na internet, com uma natureza dialógica voltada para um grande número de destinatários (Thompson, 2018).

A conexão contínua e indissolúvel entre comunicação e tecnologias é um dilema que coloca o comunicador moderno em uma constante relação entre comunicar e usar tecnologias de informação e comunicação (TIC). A comunicação digital é, portanto, a utilização das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação e das ferramentas associadas, visando dinamizar processos de comunicação integrada nas organizações (Corrêa, 2005).

O impacto da internet nas comunicações entre empresas e consumidores é observado em dois aspectos: comunicação externa e interna. A comunicação digital externa (outbound) é direcionada da organização para o consumidor, utilizando recursos como websites, notificações 'push' e e-mail marketing para personalizar o conteúdo. Em contrapartida, a comunicação digital interna (inbound) permite que o cliente descubra a empresa por si mesmo, com base nas estratégias de comunicação adotadas. Por exemplo, o cliente interage com a empresa através de redes sociais, formulários online ou e-mail, onde a iniciativa parte do consumidor (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Entretanto, nem todos os processos de comunicação de uma empresa são digitais, o que gera um dilema contemporâneo – a relação indissolúvel entre comunicação e tecnologias (Corrêa, 2005). Por muito tempo, as campanhas de marketing foram baseadas em meios tradicionais, como televisão, rádio, imprensa e e-mail direto. Com a internet, as comunicações passaram por transformações, existindo equivalentes digitais para os meios tradicionais. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

2.3 ÉTICA NA COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE DO COMUNICADOR

A análise de um código de ética voltado aos meios de comunicação exige, antes de tudo, uma reflexão sobre as principais controvérsias que envolvem sua relação com o poder público e com a sociedade em geral. Para isso, é essencial compreender o significado da comunicação e reconhecer sua relevância para o desenvolvimento humano e social. Como ponto de partida, faz-se necessário esclarecer esses aspectos.

Vidigal de Carvalho (1995) parte da etimologia do verbo "comunicar" para conceituar comunicação como o ato de compartilhar, dividir e colocar algo em comum. Ele ressalta que nunca na história foi tão fácil e rápido transmitir informações, sendo o ser humano atualmente exposto a um fluxo constante e avassalador de dados. Contudo, essa sobrecarga informativa não garante uma compreensão mais profunda da realidade; pelo contrário, muitas vezes dificulta o entendimento, desconectando o indivíduo de seu cotidiano e criando uma experiência de vida mais distante e artificial.

Ortega y Gasset (1961) observa que viver implica estar consciente do que se vive, e essa consciência é o que distingue a existência humana. No entanto, na modernidade, muitos têm perdido essa percepção de si mesmos, sendo moldados por padrões impostos pelos meios de comunicação, o que levanta sérias

preocupações sobre a autonomia e a autenticidade do sujeito diante da vida.

No mesmo sentido, o Decreto *Inter Mirifica*, promulgado por Paulo VI em 1963 e citado por Alberto André (1994), explicita o posicionamento da Igreja Católica quanto ao papel das mídias. A Igreja reconhece a importância dos instrumentos de comunicação social — como a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão — como meios poderosos de influenciar não apenas indivíduos, mas multidões inteiras. Ao mesmo tempo, demonstra preocupação com os riscos do uso indevido desses recursos, que podem comprometer a sociedade e os valores humanos.

A comunicação deve, portanto, ser incentivada, mas sempre sob responsabilidade. Liberdade de expressão não pode ser confundida com ausência de compromisso ético. A Igreja, conforme esse decreto, reafirma que os meios de comunicação podem contribuir para a formação moral e espiritual das pessoas, mas precisam ser utilizados com discernimento, considerando os conteúdos veiculados, os públicos atingidos e os contextos específicos.

Guareschi (1997) reforça a ideia do direito humano à comunicação como sendo a liberdade de cada pessoa expressar sua palavra e pensamento. Essa perspectiva suscita a necessidade de refletir sobre a pluralidade de informações veiculadas: será que a comunicação deve refletir apenas alguns pensamentos dominantes ou abrir espaço para a diversidade de vozes? O direito de escolha só pode ser exercido plenamente se houver acesso a diferentes pontos de vista.

A ausência de mecanismos de controle por parte da sociedade civil sobre os meios de comunicação abre margem para que eles sirvam a interesses privados ou corporativos, em detrimento do bem coletivo. Surge, então, uma questão essencial: como regular a comunicação de forma ética e que favoreça o desenvolvimento humano e a formação de cidadãos críticos?

Rejeita-se aqui tanto a censura autoritária quanto o excesso de liberdade sem responsabilidade. Defende-se, em vez disso, uma comunicação pautada pelo respeito ao ser humano e comprometida com a construção de uma sociedade mais justa e consciente. Como afirmou Erbolato (1982), a liberdade de informação deve ser defendida de forma intransigente, mas deve também respeitar limites éticos, especialmente quando está em jogo a moral pública ou a segurança da sociedade.

A comunicação deve promover o pensamento crítico e oferecer elementos que permitam ao indivíduo formar suas próprias opiniões. Assuntos como moda, religião, política e educação devem ser apresentados como possibilidades de reflexão e não como verdades absolutas. A mídia, assim, pode desempenhar um papel fundamental na formação ética e cidadã, sobretudo entre crianças e adolescentes, que estão em processo de construção de identidade.

Nesse contexto, é evidente que os meios de comunicação não são neutros. Eles influenciam comportamentos, valores e modos de vida. Por isso, sua atuação deve ser constantemente analisada à luz de princípios éticos, visando sempre à valorização da dignidade humana.

A realidade de muitas famílias que têm na televisão sua única fonte de lazer e informação é preocupante, principalmente quando aliada a um baixo nível educacional. Isso compromete seriamente a capacidade crítica dessas populações. A exposição contínua a conteúdos que exaltam o consumismo e a competição, em detrimento de valores como solidariedade e empatia, prejudica a formação de cidadãos conscientes e comprometidos com o bem coletivo.

A Igreja, ao abordar o tema no *Inter Mirifica*, destaca a necessidade de se conhecer e aplicar normas morais no uso dos meios de comunicação. Para isso, devem-se considerar os conteúdos transmitidos, os meios utilizados e as circunstâncias envolvidas — como tempo, lugar, público-alvo e intenções —, pois esses fatores podem alterar completamente o valor moral da mensagem.

A preocupação central é que a população, muitas vezes despreparada, acabe aceitando conceitos e valores sem o devido questionamento. Por isso, um maior nível de educação é fundamental: quanto mais instruída for a sociedade, maior será sua capacidade de decidir com autonomia sobre o que é apropriado ou não para si. Nesse sentido, a educação deve ser compreendida como instrumento de fortalecimento do discernimento crítico, capacitando cada indivíduo a avaliar com responsabilidade os conteúdos que consome e compartilha. O objetivo central da comunicação deve ser a valorização da dignidade humana em sua integralidade, orientando-se por princípios de verdade e responsabilidade, e não apenas por interesses mercadológicos. Nesse sentido, cabe tanto às instituições de mídia quanto aos cidadãos a responsabilidade ética pelo que se produz, divulga e consome na esfera pública.

Conclui-se, portanto, que a comunicação de massa pode e deve contribuir para a construção de uma sociedade mais consciente, ética e solidária. Isso se dará na medida em que seus conteúdos forem orientados por princípios formativos e não apenas pelo interesse mercadológico. Valorizar o ser humano em sua integridade deve ser o objetivo principal de qualquer projeto comunicacional. O controle social sobre a mídia, nesse caso, não significa censura, mas responsabilidade coletiva sobre o que se consome, defende e transmite em sociedade.

2.3.1 A comunicação e a ética: principais problemas

Erbolato (1982) levanta questionamentos cruciais sobre os critérios adotados pelos meios de comunicação de massa: estariam eles realmente conscientes da responsabilidade social que carregam? O autor critica a recorrência de conteúdos como a exibição de pornografia disfarçada em comédias cinematográficas, a exposição de violência em programas considerados acessíveis a todas as idades, o uso abusivo de erotismo na publicidade e a veiculação de notícias sensacionalistas com manchetes apelativas. Ele alerta que essas práticas afetam diretamente o modo de pensar e agir dos receptores. Com o ritmo acelerado da vida moderna, as pessoas têm perdido a capacidade de refletir, investigar e raciocinar criticamente, sendo bombardeadas por estímulos visuais e sonoros que moldam, de maneira sutil ou

explícita, sua personalidade e suas opiniões (Erbolato, 1982).

Essa reflexão nos conduz a uma crítica mais ampla sobre a liberdade irrestrita que os meios de comunicação alegam ter sob o pretexto da autorregulação. O que se observa, entretanto, é uma ênfase crescente na exploração da sensualidade, da violência e de apelos emotivos como estratégias para atrair audiência — que, por sua vez, garante a sustentação econômica dessas empresas. Há, portanto, uma tendência preocupante em naturalizar como “realidade” cenas e comportamentos que, na prática, não refletem o cotidiano de todas as pessoas. Surge, então, o questionamento: até que ponto essa representação da “realidade” contribui para a valorização da dignidade humana, da solidariedade e da confiança?

Erbolato (1982) também denuncia o uso político dos meios de comunicação pelos governos, que frequentemente tentam moldar a opinião pública a seu favor por meio da manipulação da informação. Isso se dá, por exemplo, com a negativa de acesso à informação, a disseminação exclusiva de comunicados oficiais ou ainda a veiculação de conteúdos publicitários que exaltam ações governamentais. Tal prática fragiliza o papel investigativo e crítico da imprensa e compromete seu compromisso com a verdade dos fatos.

Essa relação promíscua entre mídia e poder estatal é agravada quando se considera a dependência econômica que muitos veículos de comunicação têm em relação à verba pública. Teixeira Coelho (1989) afirma que ameaças de retirada de financiamento por parte do governo podem ser suficientes para influenciar a linha editorial de grandes jornais. Casos históricos, como o uso da propaganda por Hitler durante o Terceiro Reich ou a atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) no governo de Getúlio Vargas, são exemplos emblemáticos da instrumentalização da mídia como ferramenta ideológica.

Erbolato (1982) ressalta que os meios de comunicação, ao influenciarem o comportamento coletivo, devem atuar com responsabilidade ética. Isso inclui não apenas o conteúdo que divulgam, mas também a forma como o fazem — com destaque para o uso insistente de jingles, imagens, slogans e formatos apelativos que condicionam o público ao consumo, mesmo que os produtos e serviços oferecidos não sejam realmente necessários.

Sobre esse aspecto, Vidigal de Carvalho (1995) critica a intencionalidade da propaganda em formar uma mentalidade hedonista e utilitarista, usando recursos que podem colidir com valores éticos. A publicidade cria uma realidade artificial que condiciona o comportamento das pessoas, promovendo modelos desumanos que visam apenas ao domínio mercadológico. O uso erotizado de corpos nas campanhas publicitárias, segundo o autor, é um exemplo claro de como se deturpa uma dimensão nobre do ser humano — a sensualidade — transformando-a em produto descartável e objeto de manipulação.

Nesse contexto, a constante exibição de conteúdos erotizados nos meios de comunicação, mesmo nos produtos destinados ao público infantil, reflete uma prática irresponsável. Essa erotização banaliza o corpo humano, reduzindo-o a um objeto e incentivando padrões de comportamento que nem sempre estão

alinhados com os valores familiares ou culturais da sociedade. A juventude, ainda em processo de formação ética e moral, torna-se especialmente vulnerável a essas influências.

Di Franco (1996) critica a omissão de setores da mídia diante de questões como a Aids, alegando que, em nome de uma visão "politicamente correta", evita-se qualquer debate que contrarie a liberdade sexual promovida massivamente pelos meios de comunicação. Segundo ele, a sensualidade deveria ser tratada como parte da constituição integral da personalidade humana, e não com a superficialidade com que se comenta o clima.

Essa ausência de espaço para a divergência de opiniões torna evidente uma forma de censura disfarçada: não se permite à sociedade discutir os rumos das mudanças culturais e comportamentais promovidas pela mídia. A imposição de modelos sexuais “liberais” não vem acompanhada de diálogo com a população, o que resulta numa espécie de anarquia moral, onde não há espaço para que o ser humano seja o agente de sua própria formação ética.

A busca pelo lucro justifica, segundo muitos, a adoção de estratégias comerciais agressivas e apelativas. No entanto, é necessário questionar se todo e qualquer conteúdo deve ser permitido, especialmente quando se utiliza da erotização para promover produtos e valores. A publicidade, como destaca Erbolato (1982), deve ser compreendida como uma força de moldagem de comportamentos, exigindo, portanto, regulação ética.

No campo cultural, também se observa um movimento preocupante de homogeneização, impulsionado pela chamada indústria cultural. A centralização da produção midiática em grandes centros urbanos, como São Paulo e Rio de Janeiro, tende a invisibilizar a diversidade regional e cultural do país. O resultado disso é uma padronização de gostos, hábitos e comportamentos — um processo que, embora não necessariamente planejado, limita a livre manifestação das culturas locais.

Teixeira Coelho (1989) argumenta que, devido à desigualdade de renda no Brasil, não se pode afirmar a existência de uma sociedade de consumo homogênea. Há, sim, bolsões de consumo que convivem com zonas de subconsumo e até de miséria. Mesmo assim, aspectos culturais como linguagem, moda, música e ideologias são difundidos de maneira ampla pela mídia, formando padrões comportamentais que tendem a se sobrepor à diversidade.

Por fim, Erbolato (1992) aponta a crescente presença do corpo feminino nos meios de comunicação, quase sempre associado ao erotismo e à exploração sexual. Isso reflete não apenas a mercantilização do corpo, mas também o uso da sensualidade como recurso de venda, esvaziando seu significado humanizador.

A discussão em torno da ética nos meios de comunicação, portanto, não é meramente teórica. Trata-se de uma necessidade urgente diante de um cenário em que os interesses econômicos, políticos e culturais se sobrepõem ao bem-estar coletivo. A regulamentação da mídia, desde que pautada na participação plural da sociedade civil, pode contribuir para uma comunicação mais responsável, humanizadora e condizente

com os valores democráticos.

Diante desse cenário, a responsabilidade do comunicador no contexto contemporâneo ultrapassa o mero ato de transmitir informações. Ela envolve um compromisso ético com a verdade, com a formação crítica do público e com a promoção de valores que respeitem a dignidade humana. Em uma era marcada pela velocidade da informação e pelo alcance ampliado dos meios de comunicação, o papel do comunicador torna-se ainda mais relevante, uma vez que sua atuação influencia diretamente a construção de significados sociais e culturais.

Segundo Erbolato (1982), os meios de comunicação social são dotados de um poder imenso e, por isso, seu uso requer responsabilidade ética. O autor alerta que uma notícia aparentemente simples, se redigida com intencionalidade e estilo apelativo, pode ganhar destaque indevido e manipular a percepção do leitor. Essa constatação exige do comunicador um discernimento apurado quanto à seleção dos fatos e à forma de apresentá-los, pois suas escolhas impactam a opinião pública e, muitas vezes, moldam comportamentos.

Nesse sentido, Vidigal de Carvalho (1995) destaca que comunicar é mais do que informar: é colocar algo em comum, compartilhar, dividir. A comunicação, portanto, não pode ser neutra nem irresponsável, pois ela envolve relações humanas e pressupõe alteridade. A ausência de ética na prática comunicacional resulta em alienação, manipulação e negação do direito à informação de qualidade.

A ética da comunicação deve ser compreendida, como sugere Guareschi (1997), a partir do reconhecimento de que o direito à comunicação é, antes de tudo, um direito humano fundamental. Cada indivíduo tem o direito de expressar seu pensamento e de ter acesso a uma variedade de pontos de vista. Quando o comunicador se omite, distorce ou limita esse acesso, viola princípios básicos da democracia e da cidadania.

Além disso, o comunicador tem o dever de resistir às pressões comerciais, políticas ou ideológicas que possam comprometer a veracidade das informações. Como afirma Teixeira Coelho (1989), os meios de comunicação, por dependerem financeiramente de anunciantes e de recursos governamentais, podem ser levados a ceder a interesses escusos. Cabe, portanto, ao comunicador manter sua integridade profissional e buscar meios de garantir independência editorial.

Outro aspecto essencial é o cuidado com os conteúdos que alimentam o sensacionalismo, a espetacularização da violência ou a erotização excessiva. Di Franco (1996) alerta para o risco de a mídia banalizar temas sérios e relevantes, tratando-os com superficialidade e irresponsabilidade, em nome da audiência. A responsabilidade do comunicador, nesse ponto, é atuar com sensibilidade e respeito aos valores sociais, evitando a promoção de conteúdos que reforcem preconceitos, estigmas ou comportamentos destrutivos.

Portanto, a responsabilidade do comunicador está diretamente ligada ao compromisso com a

verdade, com a pluralidade de ideias e com a construção de uma sociedade mais justa e consciente. Mais do que um transmissor de mensagens, o comunicador deve ser um agente ético, consciente do poder transformador da linguagem e do papel social que exerce. Ao compreender a comunicação como um espaço de encontro humano e não de dominação, o profissional da área contribui para a consolidação de uma cultura democrática, crítica e plural.

2.4 VEÍCULOS MIDIÁTICOS E ALGORITMOS DE CURADORIA

Os meios de comunicação sempre desempenharam papel crucial nas democracias, sendo denominados “quarto poder” desde a Revolução Francesa por sua função de fiscalizar os demais: Executivo, Legislativo e Judiciário. Apesar da aparente consolidação desse papel, sua trajetória histórica foi marcada por ameaças à autonomia. Atualmente, o risco vem do domínio do mercado neoliberal, onde forças econômicas associadas à corrupção buscam controlar a narrativa midiática para manter a hegemonia financeira.

Mesmo que os três poderes ainda conservem, em certa medida, instrumentos democráticos, a mídia foi, de forma crescente, submetida aos interesses do capital. Entre as décadas de 1980 e 1990, os sistemas públicos de comunicação foram enfraquecidos — com apoio da direita, omissão e, por vezes, apoio da esquerda — enquanto a mídia se consolidava como ferramenta essencial na formação (e fabricação) da opinião pública, assumindo papel central nas democracias contemporâneas.

Hoje, o direito à comunicação está concentrado nas mãos de poucas empresas que exercem um controle velado, através da seleção, distorção e veiculação de conteúdos irrelevantes. A censura não é mais atribuída diretamente ao Estado, mas sim aos próprios meios, que determinam o que será dito e como, agindo em nome dos grupos que os controlam.

Essa lógica cria o que Orlandi (2007) chama de “política do silêncio”, em que ao se dizer algo, automaticamente se apagam outros sentidos possíveis, suprimindo significados alternativos. Esse silêncio é uma forma sofisticada de censura que delimita os limites do discurso nos meios de comunicação, evitando a circulação de sentidos que desafiem a hegemonia discursiva vigente.

Esse cenário resulta em um sistema midiático nas mãos de conglomerados empresariais mais influentes do que os próprios poderes estatais, como aponta Serrano (2013, p. 72). Sob o argumento da liberdade de imprensa, esses grupos regulam o fluxo discursivo e permanecem impunes mesmo quando manipulam informações, propagam mentiras ou ofendem adversários. Dessa forma, os meios se tornam instrumentos ideológicos do Estado, perpetuando posições dominantes e explorando os interesses capitalistas.

A produção discursiva desses grupos alinha-se a interesses político-econômicos hegemônicos, restringindo os limites do que pode ser dito dentro da formação discursiva das mídias tradicionais (FDMT).

Essa estrutura está comprometida com os saberes das elites, porta-vozes contemporâneas da doutrina neoliberal, reforçando o monopólio do setor comunicacional.

Nesse contexto, a internet surgiu inicialmente como um espaço alternativo de produção e circulação de discursos. Muitos vislumbraram nela a democratização da comunicação, pela possibilidade de qualquer cidadão, munido de um aparelho e conexão, se conectar ao mundo. De fato, portais, redes sociais e canais independentes ganharam espaço e construíram relações de identificação com milhões de sujeitos.

A internet também trouxe maior concorrência ao setor midiático, afetando especialmente a mídia impressa. Os espaços digitais alteraram o modo de produção e distribuição das notícias, suscitando a expectativa de rompimento com o monopólio das grandes corporações jornalísticas.

Contudo, os desequilíbrios e subordinações se mantiveram, agora em novos moldes. A falta de transparência na circulação das informações permitiu que os antigos monopólios midiáticos também dominassem o meio digital. A convergência midiática, somada a uma legislação permissiva à propriedade cruzada, possibilitou que poucos grupos concentrassem TV, rádio, jornais, revistas e portais — dominando, inclusive, a internet.

A pesquisa “Monitoramento da Propriedade da Mídia” (MOM-Brasil), feita pelo Intervozes com Repórteres Sem Fronteiras, aponta que os portais mais acessados no Brasil pertencem aos maiores grupos de mídia. Sites como globo.com (Grupo Globo) e uol.com.br (Grupo Folha) não só lideram acessos como também dominam o compartilhamento de notícias políticas nas redes sociais.

Embora os algoritmos tenham replicado os monopólios, eles também provocaram transformações sociais significativas. O principal instrumento de controle hoje é a invisibilidade, operada por plataformas multinacionais que intermediam a circulação de sentidos e influenciam diretamente a formação da opinião pública. Silveira (2019) explica que, hoje, a formação de opiniões ocorre nas redes digitais, sobretudo nas plataformas do Google e Facebook, que mantêm estruturas de controle e dominação.

Baseando-se em Philip M. Napoli, Silveira (2019) defende que as mídias devem ser vistas como instituições reguladoras, pois moldam e restringem comportamentos comunicativos. Assim, as plataformas digitais integram o Aparelho Ideológico de Estado da Informação, redesenhando suas estruturas e impondo novas formas de desigualdade e subordinação.

Essas plataformas operam sob contradições: ao mesmo tempo que conectam pessoas, atuam na modulação invisível do fluxo de informações, determinando o que será visível e o que será silenciado. Elas são essenciais ao processo democrático, mas ao mesmo tempo, acumulam mais dados sobre os indivíduos do que os próprios Estados, operando silenciosamente sobre seus hábitos e comportamentos.

Grandes empresas utilizam algoritmos para coletar e monetizar dados dos usuários, organizando-os para criar perfis detalhados que alimentam campanhas políticas, estratégias comerciais ou políticas públicas. Essa é uma nova forma de dominação, baseada na vigilância e na modelagem preditiva do

comportamento humano.

A lógica de funcionamento dos algoritmos é orientada por interesses financeiros. Aqueles que possuem capital conseguem adquirir conjuntos de dados sobre perfis específicos e, a partir disso, modelar discursos direcionados, como aponta Silveira (2019, s/n). Assim, a internet fortalece o poder econômico de quem pode pagar pela infraestrutura de coleta, análise e armazenamento de dados.

Com isso, as relações entre políticos, empresários e meios de comunicação se estreitam, criando uma teia de poder que utiliza os dados para modular a experiência informacional dos usuários. Trata-se de uma fusão entre marketing comercial e propaganda de Estado, no modelo que Zuboff (2018) denomina de “capitalismo de vigilância”.

Essas corporações não apenas concentram a informação, mas reconfiguram as formas de controle discursivo. De um lado, produzem silêncios estratégicos; de outro, fomentam discursos de inimizade. Mesmo os discursos ordinários, fragmentados e difusos, tornam-se alvo da vigilância por representarem a voz social.

Orlandi (2004, p. 63) analisa o discurso social como um espaço de falas “desorganizadas”, onde há falta de sentido e reorganização discursiva. Para ela, esse tipo de discurso expressa a divisão social, sendo o urbano um catalisador dos processos simbólicos. A materialidade digital, nesse caso, atua de forma similar: estrutura e reorganiza os sentidos a partir da normatização dos espaços enunciativos informatizados (Gallo; Silveira, 2017).

Essa normatização cria um circuito discursivo que tenta simular uma “conversa global” (Silveira, 2015), mas que, na prática, limita a pluralidade de sentidos, gerando incompreensões e apagamentos. Esse processo se insere no contexto das “políticas de inimizade” que Mbembe (2017, p. 72) identifica nas democracias contemporâneas, marcadas por separações, hostilidade e um culto ao inimigo.

Se nas cidades os sujeitos se “desorganizam” à espera de sentido, nos espaços digitais há uma suposta promessa de ressignificação. No entanto, o que se vê é um controle cada vez maior sobre os discursos e os sujeitos, num jogo constante entre rua e tela, indivíduo e massa. Os protestos e resistências populares, por exemplo, são frequentemente cooptados ou neutralizados pelas tecnologias de controle que os observam e os redefinem.

Dessa forma, os ambientes digitais reconfiguraram as formas de resistência, agora subordinadas ao interesse do capital e de Estados autoritários. Esse processo aprofunda a “guerra permanente preventiva” descrita por Pêcheux ([1979] 2011, p. 74), na qual a propaganda, baseada em palavras, imagens e emoções, torna-se um dispositivo de psicologia política.

Embora as plataformas tenham ampliado o espaço de fala para minorias, elas também viabilizaram o fortalecimento de discursos autoritários e populistas. Muitos desses atores políticos reconfiguraram sua imagem ao se identificarem com o discurso comum, o ordinário, promovendo uma rearticulação simbólica

da interlocução social.

No Brasil, essa rearticulação passa pela fusão entre os monopólios tradicionais e os gigantes digitais estadunidenses. Não houve ruptura no monopólio da radiodifusão apenas sua reinvenção e subordinação aos novos centros de poder global.

Mesmo que a sociedade brasileira ainda não esteja totalmente digitalizada, a força dos meios digitais é incontestável. Todos, conectados ou não, de alguma forma se veem sujeitos às suas normas, inclusive pela exclusão.

2.5 A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA CONSCIÊNCIA SOCIAL

A sociedade contemporânea está profundamente inserida em uma lógica de comunicação mediada por estruturas complexas de poder, onde os veículos midiáticos e os algoritmos de curadoria assumem um papel central na organização das narrativas sociais e na formação da opinião pública. Tradicionalmente, a imprensa foi reconhecida como o “quarto poder”, especialmente a partir da Revolução Francesa, por sua função de vigilância dos três poderes clássicos: Executivo, Legislativo e Judiciário. No entanto, como aponta Serrano (2013), esse poder historicamente associado à democracia foi progressivamente subjugado pelos interesses do capital, transformando-se em uma engrenagem fundamental do aparelho ideológico do Estado contemporâneo.

A lógica neoliberal, com sua ênfase na competitividade, no lucro e na desregulamentação, permitiu que grandes conglomerados empresariais concentrassem o controle da mídia, substituindo o interesse público pelo interesse econômico. Essa captura do espaço comunicacional tem como consequência a erosão do debate plural e a imposição de uma política do silêncio, conforme analisa Orlandi (2007). Para a autora, esse processo ocorre por meio de uma seleção discursiva que determina o que pode ou não ser dito, o que se deve destacar e, principalmente, o que deve ser apagado. Trata-se de uma censura simbólica e velada, em que se diz “x” para evitar que “y” seja sequer cogitado, o que restringe o campo dos sentidos possíveis e limita o espaço da crítica e da diferença.

A expectativa de que a internet democratizaria o acesso à comunicação, dando voz a grupos historicamente marginalizados, revelou-se ilusória. Embora tenha havido avanços nesse sentido, a reconfiguração dos antigos monopólios midiáticos se deu de forma veloz e eficiente. Como destaca Silveira (2019), os grupos que dominam os meios de comunicação tradicionais passaram a controlar também o ambiente digital, adaptando-se aos novos formatos e utilizando estratégias de convergência e propriedade cruzada. Isso permitiu que as mesmas empresas dominassem a televisão, o rádio, a mídia impressa e, agora, os maiores portais de notícias online, como os grupos Globo e Folha.

Nesse cenário, os algoritmos de curadoria passaram a desempenhar uma função estratégica na organização e circulação da informação. Pariser (2011) alertou para os perigos das chamadas “bolhas de

filtro”, criadas a partir da personalização algorítmica, que isola os usuários em universos informacionais baseados em seus interesses anteriores. Essa prática compromete a diversidade do debate público e reforça a alienação, já que os sujeitos passam a consumir apenas conteúdos com os quais já concordam, tornando-se mais suscetíveis à manipulação ideológica.

Zuboff (2018) define esse fenômeno como um modelo de negócios baseado na extração massiva de dados pessoais, conhecido como ‘capitalismo de vigilância’. Mais do que uma crítica ao mercado em si, a autora alerta para os riscos do uso opaco de informações privadas, transformando a experiência humana em matéria-prima para práticas comerciais e políticas sem o devido consentimento e transparência. Nesse modelo, os dados comportamentais dos usuários são extraídos, analisados e transformados em produtos preditivos, vendidos a empresas e governos com o objetivo de prever e influenciar comportamentos. Trata-se de um processo que, nas palavras da autora, transforma a experiência humana em matéria-prima gratuita para práticas comerciais ocultas de extração, previsão e venda.

Ao operar de maneira opaca, os algoritmos instauram uma nova forma de poder, invisível, mas onipresente. Byung-Chul Han (2022) argumenta que, apesar do discurso contemporâneo sobre transparência, vivemos em uma sociedade profundamente opaca em relação aos mecanismos digitais que regem nossas interações. Os usuários não sabem como as informações são filtradas, ranqueadas ou ocultadas, o que gera uma assimetria estrutural entre as grandes plataformas tecnológicas e os cidadãos.

Essas plataformas digitais, segundo Gallo e Silveira (2017), devem ser compreendidas como instituições que normatizam os espaços enunciativos e regulam a circulação discursiva com base em interesses políticos e mercadológicos. Elas operam como parte integrante do aparelho ideológico de Estado, instalando novas formas de contradição, desigualdade e subordinação. Essa normatização discursiva, que pretende organizar uma “grande conversa global” (Silveira, 2015), acaba por reforçar os mecanismos de exclusão simbólica e desorganizar o tecido social por meio de sentidos controlados.

Jenkins (2009) também alerta para o papel das plataformas digitais na reconfiguração da comunicação contemporânea. Para o autor, embora haja potencial participativo e interativo, é necessário que os usuários desenvolvam uma consciência crítica sobre os processos que estruturam a produção e circulação da informação. Sem isso, a promessa da cultura da convergência é capturada pela lógica do capital, transformando a participação em mais um produto explorado comercialmente.

Ao lado dessa crítica, Pierre Lévy (1999) ressalta que o conhecimento em rede exige competências específicas que vão além da técnica, abrangendo o campo da ética, da cognição e da política. A formação de uma cidadania informacional depende, portanto, de uma alfabetização digital crítica e contínua, capaz de enfrentar as novas formas de dominação e censura simbólica instaladas no espaço digital.

O agravamento desse cenário também está relacionado ao que Mbembe (2017) chamou de “políticas de inimizade”, fenômeno pelo qual as democracias contemporâneas produzem e reforçam divisões sociais,

hostilidades e antagonismos, frequentemente mediados pelos dispositivos comunicacionais. As plataformas, ao atuarem como intermediárias privilegiadas dos fluxos informacionais, também participam ativamente da construção desses antagonismos, ora silenciando determinadas vozes, ora amplificando discursos autoritários ou populistas.

Por fim, Pêcheux ([1979] 2011) aponta que o controle dos discursos, mesmo no interior da paz social, configura uma guerra ideológica permanente. Essa guerra é travada por meio de palavras, imagens, gestos e sentimentos, e encontra na comunicação digital um campo fértil para a propagação de ideologias dominantes. A mídia e os algoritmos, nesse contexto, não apenas veiculam conteúdos, mas organizam a própria estrutura de pensamento e de percepção dos sujeitos, moldando suas compreensões de mundo.

Diante disso, torna-se urgente repensar o papel da comunicação na contemporaneidade, exigindo a regulação democrática das plataformas, a ampliação da diversidade midiática, o fortalecimento dos veículos independentes e a formação de cidadãos críticos e engajados. O futuro da democracia depende, em grande medida, da capacidade de resistir às novas formas de dominação simbólica, restaurando o sentido público da comunicação e garantindo a pluralidade de vozes e narrativas em todos os espaços sociais.

2.6 DO JORNALISMO COMO CURADORIA À LÓGICA ALGORÍTMICA: DISPUTAS PELA MEDIAÇÃO

As transformações do jornalismo diante da emergência de um novo ecossistema digital são o ponto de partida da análise de Corrêa e Bertocchi (2012). As autoras argumentam que a Web Semântica, os algoritmos e os aplicativos não se limitam a ser meras ferramentas; eles são, na verdade, elementos que reconfiguram profundamente a produção, a distribuição e o consumo da informação. Essa reconfiguração exige um novo posicionamento dos profissionais da comunicação, e a principal tese defendida por Corrêa e Bertocchi (2012) é que, nesse cenário de abundância informativa e automação crescente, o papel do jornalista evolui para o de um curador. Este curador é concebido como um agente humano essencial, cuja função primordial é dar sentido e perspectiva ao vasto e, por vezes, caótico volume de dados disponíveis.

Corrêa e Bertocchi (2012) iniciam sua discussão desmistificando a Web Semântica (WS). Longe de ser uma "inteligência autônoma", a WS é apresentada como um projeto ambicioso para criar uma "unambiguous web" (Siegel, 2010), um ambiente digital onde as máquinas seriam capazes de compreender o significado dos dados e, assim, eliminar ambiguidades. No entanto, a implementação dessa visão no campo jornalístico revela-se complexa. A atividade jornalística, por sua própria natureza, lida intrinsecamente com a ambiguidade e a subjetividade, elementos que contrastam com a busca incessante da máquina pela exatidão semântica, alcançada por meio de ontologias.

O ponto central da análise das autoras reside no impacto dos algoritmos curadores. Ferramentas ubíquas como Google, Facebook e os diversos aplicativos de notícias personalizadas operam com base em

algoritmos sofisticados que filtram e organizam o conteúdo, prometendo uma experiência de informação altamente relevante e customizada para o usuário. Contudo, essa personalização, embora aparentemente benéfica, acarreta um custo significativo. Corrêa e Bertocchi (2012, p. 130) alertam para o risco de um processo que "prescinde das variáveis jornalista e acontecimento social relevante". A automação, quando levada ao extremo, pode aprisionar o cidadão nas "filter bubbles" (bolhas de filtro), um conceito popularizado por Pariser (2011). Nessas bolhas, o usuário é exposto apenas ao que o algoritmo julga ser de seu interesse, eliminando o contraditório e o desconfortável, o que, em última instância, empobrece o debate público e a compreensão da realidade.

É precisamente nesse contexto de personalização algorítmica e formação de bolhas que a figura do jornalista-curador ganha força e se torna fundamental. Corrêa e Bertocchi (2012) argumentam que a curadoria humana é indispensável para superar as limitações inerentes à máquina. Enquanto os algoritmos tendem a "olhar para trás", baseando-se no comportamento passado do usuário para prever preferências, um curador humano é "mais livre para olhar para o futuro", agregando "novas e inusitadas perspectivas à informação" (p. 137). Essa curadoria não se restringe à mera seleção de links; ela abrange análise crítica, contextualização aprofundada e a agregação de valor, transformando dados brutos em conhecimento perspectivado e significativo.

As autoras também observam a resposta das redações a esse cenário desafiador, identificando um "caminho do meio". Empresas jornalísticas têm investido em sistemas de gerenciamento de conteúdo (CMS) próprios, incorporando marcadores semânticos, e exploram a "appificação" do conteúdo (Carr, 2011, citado por Corrêa; Bertocchi, 2012). Um exemplo notável dessa abordagem híbrida é o experimento do *The New York Times*, que, ao substituir temporariamente seus robôs por jornalistas no Twitter, percebeu que, embora a automação otimize custos, ela não consegue dialogar efetivamente com a audiência nem influenciar a opinião coletiva de forma significativa (Sonderman, 2011, citado por Corrêa; Bertocchi, 2012). Isso reforça a tese de que a interação humana e a capacidade de nuance são insubstituíveis em certas dimensões do jornalismo.

Complementando essa discussão sobre a reconfiguração da mediação da notícia, Castro (2019) investiga as profundas transformações que a ascensão dos algoritmos impõe ao jornalismo. Apoiado em uma robusta pesquisa bibliográfica, Castro (2019) argumenta que a "governança algorítmica" (Castro, 2018, p. 37) torna porosas as fronteiras que tradicionalmente definiam o que é notícia, quem a produz e como ela é distribuída. O resultado direto dessa governança é um enfraquecimento do papel de mediação do jornalismo, historicamente baseado em critérios editoriais, e a ascensão de uma nova lógica onde as plataformas digitais se tornam os principais mediadores, ofuscando o poder editorial em favor do "poder dos algoritmos" (Castro, 2019, p. 51).

Para Castro (2019), o papel do jornalismo na modernidade era claro e bem estabelecido. A imprensa

consolidou-se como uma indústria e um pilar fundamental para a formação da opinião pública. O autor evoca a teoria do *gatekeeping* (Lewin, 1947, p. 145; White, 1950) para explicar como o jornalismo tradicionalmente funcionava como um "porteiro", filtrando a realidade com base em critérios de noticiabilidade e valores-notícia (Galtung; Ruge, 1965). Essa lógica editorial, embora sujeita a influências e vieses, garantia um processo de seleção, hierarquização e contextualização, oferecendo ao público um recorte inteligível do mundo, como na famosa máxima do *The New York Times*: "todas as notícias adequadas para publicação" (Castro, 2019, p. 38).

O cerne da argumentação de Castro (2019) reside na análise do negócio da notícia e da filtragem algorítmica. Ele demonstra como as plataformas de oligopólios, como Google e Facebook, ao se tornarem os principais distribuidores de conteúdo, apropriam-se das funções dos veículos tradicionais e ganham ascendência sobre eles. O autor aponta a fragilidade econômica da imprensa, que se torna dependente do tráfego gerado por essas plataformas e, conseqüentemente, suscetível a mudanças em seus algoritmos. A migração massiva da publicidade para o duopólio Google-Facebook, como profetizado por McLuhan (1994, p. 207), representa uma "tecnologia disruptiva" (Christensen, 1997, apud Castro, 2019, p. 43) que abala o modelo de negócio tradicional do jornalismo, forçando-o a repensar sua sustentabilidade e seu papel na sociedade digital.

O deslizamento da lógica editorial para a algorítmica, conforme detalhado por Castro (2019), não se restringe apenas à distribuição e ao modelo de negócio; ele redefine a própria natureza da filtragem da informação. O *gatekeeping* editorial, antes exercido por especialistas com base em critérios de noticiabilidade e valores-notícia, é substituído pelo *gatekeeping* algorítmico. Este último é "customizado ao extremo" (Castro, 2019, p. 45), criando um perfil detalhado de cada usuário para entregar um conteúdo supostamente personalizado. Essa customização, embora prometa relevância individual, leva à formação das "câmaras de eco" (Sunstein, 2007) ou "bolhas de filtro" (Pariser, 2011, citado por Castro, 2019, p. 47), homogeneizando as audiências e erodindo os critérios convencionais de noticiabilidade. O que ganha destaque, nesse novo paradigma, não é necessariamente o socialmente relevante, mas aquilo que possui maior potencial de engajamento individual, alterando fundamentalmente a hierarquia da informação.

Além da filtragem, Castro (2019) também aborda o impacto da tecnologia na produção da notícia. A inteligência artificial, por exemplo, permite a geração de conteúdo fora do campo jornalístico tradicional, enquanto a simplificação dos custos abre espaço para que amadores produzam material de natureza jornalística. Diante desse cenário, o jornalismo *mainstream* reage, buscando reafirmar sua autoridade e apelando para critérios normativos, como exemplificado pelo slogan do *The New York Times* (2016): "Notícias reais merecem jornalismo real". Contudo, o autor ressalta que a própria credibilidade do jornalismo tradicional já se encontra corroída, o que, paradoxalmente, abre espaço para iniciativas híbridas que combinam a atuação de jornalistas profissionais e voluntários, indicando uma reconfiguração das fontes

de autoridade e produção.

A transição para o que Castro (2019) denomina "capitalismo comunicativo" (Dean, 2009, citado por Castro, 2019, p. 51) é a síntese de sua análise. Nesse modelo, o sentido da informação é ofuscado pela sua "potência circulatória". Castro (2019) mapeia com clareza e profundidade as múltiplas facetas dessa transformação complexa. Ao evitar um determinismo tecnológico, ele enquadra a ascensão dos algoritmos no contexto mais amplo da racionalidade neoliberal, oferecendo uma análise crítica essencial para compreender não apenas o futuro da notícia, mas a reconfiguração do poder no ecossistema informativo contemporâneo.

Essa reconfiguração do poder e da lógica da informação, impulsionada pelos algoritmos, é um ponto de convergência com a análise de Zanetti e Luvizotto (2023), que oferecem um diagnóstico contundente sobre a crise da democracia e do jornalismo no Brasil. Para esses autores, ambos os fenômenos são sintomas de um processo mais amplo de desarticulação da esfera pública. A tese central de Zanetti e Luvizotto (2023) é que a lógica algorítmica das grandes empresas de tecnologia, somada a estratégias de "guerra híbrida", fragmentou o debate público, enfraqueceu a racionalidade e abriu espaço para a ascensão de discursos antidemocráticos. Eles partem da premissa de que a esfera pública contemporânea é "dividida, menos racional e mais emocional, moldada pela lógica comunicativa algorítmica das empresas de tecnologia" (Zanetti; Luvizotto, 2023, p. 46), configurando o que denominam "esfera pública midiaticizada".

Nesse contexto, a "guerra híbrida" é um conceito-chave para Zanetti e Luvizotto (2023), sendo descrita como um "fenômeno midiático por excelência" (Zanetti; Luvizotto, 2023, p. 48). Essa forma de conflito opera de maneira difusa e descentralizada, utilizando a desinformação para criar confusão social e instabilidade política. Os algoritmos das redes sociais são identificados como o principal vetor dessa estratégia, pois permitem a criação de "bolhas" ideológicas que reforçam predisposições e cerceiam o acesso a fontes de informação divergentes, descredibilizando o jornalismo profissional e outras instituições. A contribuição da psicologia social, por meio da noção de representações sociais de Sandra Jovchelovitch (2000), enriquece a análise, explicando como os sentidos são negociados nas interações cotidianas e como a fragilidade histórica da esfera pública brasileira cria um "cenário ideal para o surgimento do populismo" (Zanetti; Luvizotto, 2023, p. 51).

A crise do jornalismo, para Zanetti e Luvizotto (2023), é, na verdade, um sintoma de uma crise mais ampla do próprio projeto de modernidade liberal (Souza, 2018, p. 58). Ao adotar a lógica neoliberal e afastar-se de seus princípios iluministas, o jornalismo comercial contribuiu para o cenário do qual hoje é vítima. A consequência direta é a perda de credibilidade e a desarticulação de sua função como mediador entre o cidadão e o poder. A lógica algorítmica agrava esse quadro, deslocando o valor de verdade para o "valor de exposição viral" (Sodré, 2020, p. 52, apud Zanetti; Luvizotto, 2023, p. 51). Apesar desse diagnóstico pessimista, os autores apontam um caminho de resistência: a recuperação do jornalismo

enquanto "produtor social do conhecimento", para além da lógica comercial das empresas de comunicação, é vista como um "ponto crucial" (Zanetti; Luvizotto, 2023, p. 51). Isso implica um reencontro da profissão com seus valores democráticos e uma aposta na humanização dos sujeitos, em oposição à desinformação e à polarização fomentadas pela guerra híbrida. Zanetti e Luvizotto (2023) fornecem um arcabouço teórico sólido para compreender a complexidade do momento, caracterizando a crise atual como uma consequência da midiaticização algorítmica e da guerra híbrida, e clamam por um reposicionamento do jornalismo que reafirme suas bases epistemológicas e seu compromisso com a democracia.

Aprofundando a discussão sobre a automação na produção de notícias, Carreira (2017), propõe a existência de uma nova fase, o "Quinto Jornalismo", caracterizada pela capacidade de as máquinas não apenas auxiliarem, mas gerarem notícias de forma autônoma. Essa ruptura, impulsionada pela Inteligência Artificial (IA), altera profundamente as rotinas produtivas, os modelos de negócio e a própria identidade do jornalista, gerando um campo fértil de potenciais e questionamentos. A pesquisa de Carreira (2017) se fundamenta em uma sólida base teórica que articula a Filosofia da Tecnologia, a Teoria da Informação, a Cibernética e a Teoria Ator-Rede (TAR), adotando uma perspectiva não determinista. Para a autora, a tecnologia é um produto da ação humana e suas consequências são moldadas por contextos sociais, históricos e econômicos, permitindo analisar o *software* não como uma mera ferramenta, mas como um "ator" ou "actante" que estabelece novas associações e modifica o ambiente em que atua (Carreira, 2017, p. 27).

Carreira (2017) estrutura a evolução do jornalismo em cinco fases, acrescentando o Quinto Jornalismo, que se inicia por volta de 2010 (Carreira, 2017, p. 60). Este novo período é definido pela "eliminação da necessidade da presença humana para apurar, analisar, redigir e distribuir alguns tipos de notícia" (Carreira, 2017, p. 94). A dissertação mapeia detalhadamente as empresas e as tecnologias que protagonizam essa transformação, como os *softwares* Quill, da Narrative Science, e Wordsmith, da Automated Insights, além de iniciativas de veículos como *Associated Press*, *Forbes* e *Los Angeles Times*.

Um dos pontos altos do trabalho de Carreira (2017) é a análise das consequências da automação. Do lado positivo, a autora aponta que a automação pode ser uma solução para a crise do modelo de negócios, permitindo a produção de notícias em um volume e velocidade humanamente impossíveis, atendendo à lógica da "cauda longa" (Anderson, 2006, citado por Carreira, 2017, p. 138). Isso possibilita cobrir nichos antes inviáveis, como jogos de ligas menores ou resultados financeiros de milhares de empresas, exemplificado pela *Associated Press*, que aumentou drasticamente sua produção de notícias trimestrais (Carreira, 2017, p. 140).

Contudo, Carreira (2017) não ignora os riscos inerentes a essa automação. A personalização em massa, embora vantajosa comercialmente, pode levar à criação de "bolhas de filtros" (Pariser, 2011) que isolam o indivíduo em um universo de informações que apenas reforça suas crenças – uma preocupação

que ecoa as análises de Corrêa e Bertocchi (2012) e Castro (2019) sobre as "filter bubbles" e as "câmaras de eco". Outra preocupação central levantada por Carreira (2017, p. 156) é a da ética e responsabilidade, com questões cruciais sobre a precisão dos dados e a transparência dos algoritmos. Ela destaca que os algoritmos não são neutros, pois incorporam vieses humanos, seja na programação, seja no aprendizado a partir de dados tendenciosos (Hammond, 2016, citado por Carreira, 2017, p. 150).

Com base em pesquisas como a de Clerwall (2014), Carreira (2017) mostra que os textos gerados por computador tendem a ser percebidos como mais informativos, confiáveis e objetivos, embora menos prazerosos de ler do que os textos de jornalistas (Carreira, 2017, p. 167). Essa percepção de credibilidade pode estimular a adoção da tecnologia, mas também levanta o temor de que empresas possam omitir a autoria maquínica para se beneficiarem da confiança associada ao jornalista humano. Carreira (2017) conclui que a automação representa tanto uma ameaça quanto uma oportunidade. A tecnologia pode liberar os jornalistas de tarefas repetitivas, permitindo que se dediquem a reportagens que exigem criatividade e análise crítica (p. 180). No entanto, isso exige uma reestruturação das rotinas e uma revalorização das habilidades que diferenciam humanos de máquinas.

Apesar das promessas de volume e velocidade trazidas pela automação, a questão fundamental de saber se as notícias escritas por algoritmos realmente diferem daquelas produzidas por humanos é abordada por Edson C. Tandoc Jr. et al. (2022). Partindo da premissa de que muitas pesquisas sobre o jornalismo automatizado assumem essa diferença sem comprová-la empiricamente, os autores realizaram uma análise de conteúdo comparativa de artigos publicados pela Bloomberg. Este estudo complementa a visão de Carreira (2017) sobre o "Quinto Jornalismo" ao fornecer evidências empíricas das capacidades e, mais importante, das limitações da automação na prática. C Tandoc Jr. et al. (2022) apoiam-se na teoria de campo de Bourdieu e no conceito de fronteiras jornalísticas, argumentando que a automação, como uma lógica externa, tem o potencial de desafiar e transformar as regras internas do campo jornalístico. A escolha da Bloomberg é relevante devido ao seu pioneirismo e uso extensivo da automação na produção de notícias financeiras.

A metodologia empregada por C. Tandoc Jr. et al. (2022) envolveu uma análise de conteúdo manual de 1.280 artigos, divididos entre autoria humana e algorítmica, publicados em 2016 e 2017. Os artigos foram comparados com base em marcadores tradicionais do jornalismo, como valores-notícia (negatividade, impacto), tópico, fontes, formato e presença de interpretação (opinião, contexto e análise). Os resultados revelam um quadro complexo: por um lado, os algoritmos demonstram a capacidade de "imitar a produção humana, pelo menos até certo ponto" (C. Tandoc et al., 2022, p. 114), com ambos os tipos de artigos focando na atualidade e utilizando predominantemente o formato de pirâmide invertida.

No entanto, as diferenças são mais notáveis e reforçam a necessidade da curadoria humana defendida por Corrêa e Bertocchi (2012). As notícias escritas por humanos tendem a apresentar maior

negatividade e impacto, valores-notícia que, segundo C.Tandoc Jr. *et al.* (2022), são mais difíceis de "templatizar" (p. 114). Além disso, os artigos humanos são significativamente mais longos, incluem fontes humanas em sua quase totalidade (93,5%) e são muito mais propensos a conter análise e opinião. Em contrapartida, os artigos de algoritmos são quase exclusivamente focados em notícias de negócios (97,9%), são mais curtos e praticamente não utilizam fontes humanas (99,4% não tinham nenhuma). Embora forneçam contexto, raramente apresentam opinião ou análise aprofundada. Esses achados sugerem que, na Bloomberg, a automação é "mantida em seu lugar por gerentes humanos" (C.Tandoc *et al.*, 2022, p. 114), com as máquinas delegadas a tarefas mais repetitivas e orientadas por números, liberando os jornalistas para pautas mais diversas e que exigem maior capacidade interpretativa. Isso corrobora a ideia de Carreira (2017) de que a automação pode liberar os jornalistas para tarefas que exigem criatividade e análise crítica, mas também sublinha a persistência de uma fronteira qualitativa entre a produção humana e a maquínica.

A transição da lógica editorial para a algorítmica, conforme delineada por Castro (2019), representa uma profunda reconfiguração das disputas pela mediação da notícia. A ascensão dos algoritmos, embora traga eficiências e novas formas de produção como o "Quinto Jornalismo" de Carreira (2017), também impõe desafios significativos. A personalização extrema, que leva à formação de "bolhas de filtro" (Corrêa & Bertocchi, 2012; Carreira, 2017) e "câmaras de eco" (Castro, 2019), fragmenta a esfera pública e a torna mais suscetível à "guerra híbrida" e à desinformação, como alertam Zanetti e Luvizotto (2023). A análise empírica de C. Tandoc Jr. *et al.* (2022) demonstra que, apesar da capacidade de imitação, a automação ainda não replica a profundidade, a análise e a complexidade da produção jornalística humana, reafirmando a necessidade do jornalista como curador e refinador do algoritmo. Essa complexa interação entre o humano e o maquínico define o campo de batalha contemporâneo pela verdade e pela relevância na informação.

2.6.1 O Fenômeno das "Bolhas de Filtro" e a Fragmentação da Esfera Pública

A emergência de um novo ecossistema midiático, profundamente moldado pela tecnologia, trouxe à tona fenômenos complexos que ameaçam a integridade do debate público e a própria estrutura democrática. Entre esses fenômenos, a proliferação da desinformação e a formação das "bolhas de filtro" destacam-se como desafios prementes. Leandro Sebastian Pereira da Silva e Marcos Américo (2025), em seu artigo "Algoritmos: a fábrica de fake news e a engenharia da desinformação", investigam o papel central dos algoritmos na criação e disseminação de desinformação no ecossistema midiático contemporâneo. Por meio de uma revisão sistemática da literatura, os autores argumentam que a Inteligência Artificial (IA) e os "filtros bolha" não apenas proporcionaram um "terreno fértil para a disseminação de *fake news*", mas também geraram um "processo gradual de alienação" que ameaça pilares fundamentais da sociedade, como a educação, a democracia e a comunicação de qualidade (Silva; Américo, 2025, p. 1). A obra se destaca por analisar a infraestrutura tecnológica que sustenta a desinformação, tratando os algoritmos não como

ferramentas neutras, mas como agentes ativos na engenharia de uma crise social.

Silva e Américo (2025) iniciam contextualizando a imersão da sociedade em um novo ecossistema midiático, onde a tecnologia influencia diretamente "o modo de pensar, sentir e agir" (Silva; Américo, 2025, p. 3). Nesse cenário, a individualidade é amplificada e as redes sociais tornam-se a principal fonte de informação para muitos, criando um ambiente propício para a desinformação sistêmica. Eles distinguem os conceitos de *misinformation* (erro inocente) e *disinformation* (engano deliberado), alinhando-se a Zattar (2017) e Fallis (2015) para focar na natureza intencional e enganosa das *fake news* (Silva; Américo, 2025, p. 5).

O ponto central do estudo de Silva e Américo (2025) é a desmistificação do funcionamento dos algoritmos em plataformas como Google e Facebook. Os autores explicam como algoritmos de ranqueamento, como o *PageRank* do Google e *EdgeRank* do Facebook, definem a visibilidade do conteúdo. Eles detalham como *EdgeRank*, em particular, cria um *feed* de notícias personalizado que, com o crescimento do volume de informações, evoluiu para um sistema que exibe apenas o "top news feed" (Pariser, 2011). Essa seleção, longe de ser neutra, é otimizada para maximizar o engajamento e, conseqüentemente, o lucro das plataformas, que dependem da publicidade (Castells, 2024, citado por Silva; Américo, 2025, p. 9).

A consequência direta dessa arquitetura algorítmica é a criação do "filtro bolha" (Pariser, 2011). Silva e Américo (2025) descrevem como esse fenômeno isola os indivíduos em "bolhas de eco", onde suas crenças são constantemente reforçadas e opiniões contrárias são suprimidas. Esse ambiente "restringe o debate de ideias" e "cerceia as opiniões contrárias", tornando-se "muito prejudicial para a democracia" (Silva; Américo, 2025, p. 10). Quando o debate com o diferente ocorre, ele frequentemente gera uma "experiência emocional ruim", alimentando o ódio e a polarização.

Silva e Américo (2025) exploram a dimensão econômica que incentiva a proliferação de *fake news*. Os autores apontam que o modelo de negócio baseado em cliques, exemplificado pelo Google AdSense, leva sites a apelarem para "notícias sensacionalistas, conteúdos absurdos, conspiracionistas, falsas ou difamatórias que causam maior impacto" para maximizar o faturamento (Oliveira, 2020). A menção ao movimento *Sleeping Giants Brasil* ilustra uma forma de resistência a essa lógica perversa.

Um dos aspectos mais atuais e alarmantes abordados por Silva e Américo (2025) é a recente mudança na política de moderação de conteúdo da Meta. A decisão de substituir a checagem de fatos por "notas da comunidade", anunciada por Mark Zuckerberg no início de 2025, é apresentada como um "retrocesso nas medidas de combate à desinformação" (Causin; Lima, 2025, citado por Silva; Américo, 2025, p. 15). Essa mudança, segundo os autores, favorece a circulação de teorias conspiratórias e enfraquece os mecanismos de controle de qualidade, evidenciando a complexidade e os interesses envolvidos na governança da informação digital.

Silva e Américo (2025) concluem que a desinformação algorítmica representa uma "ameaça real à sociedade" (p. 17), contaminando a liberdade de expressão e promovendo um "pesadelo" onde a internet livre revela "o pior do ser humano, sem os filtros sociais" (p. 17).

2.7 IMAGEM, MEMÓRIA E ÉTICA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: DESAFIOS DA MANIPULAÇÃO E DA DESESPERITUALIZAÇÃO

A ascensão da Inteligência Artificial (IA) não reconfigura apenas a produção e distribuição de notícias, mas também a própria natureza da imagem e sua relação com a memória e a verdade. Magnolo (2024), em seu artigo "Imagens feitas por Inteligência Artificial: dilemas éticos e vieses no resgate do passado", mergulha nessa fronteira, analisando a capacidade da IA de gerar imagens que rememoram, reconstroem e ressignificam o passado. A autora argumenta que essa nova forma de rememoração, embora fascinante, carrega consigo profundos dilemas éticos e vieses algorítmicos que precisam ser urgentemente debatidos. Magnolo (2024) destaca-se por categorizar essas novas formas de lembrar, oferecendo um ponto de partida para compreender os riscos e as potencialidades da IA como um novo e poderoso agente da memória coletiva.

Magnolo (2024, p. 135) contextualiza a IA generativa como uma força revolucionária que, ao criar conteúdos novos e autênticos, levanta questões sobre autoria, criatividade e a ressignificação do passado. Exemplos emblemáticos, como o comercial da Volkswagen que "reviveu" Elis Regina por meio de *deepfake* e o retorno de Elvis Presley aos palcos como um holograma, ilustram como a tecnologia está sendo usada para "eternizar personalidades e acontecimentos" (Magnolo, 2024, p. 135). Essa capacidade de reconstrução colide diretamente com a concepção de memória como um "ato humano de resistência" (Benjamin, 2012, citado por Magnolo, 2024, p. 135), inaugurando um novo campo de disputas sobre a autenticidade e a representação histórica.

A IA generativa, ao criar conteúdos 'novos', levanta questões sobre autenticidade e criatividade (Magnolo, 2024, p. 135). Essa tensão entre humanos e máquinas também é satirizada na mídia, como nas campanhas do *The Economist* que ironizam a suposta autonomia da IA (Figura 1). Essas peças reforçam o debate sobre originalidade, tema central para Magnolo (2024), que alerta para a desvalorização da 'aura' humana (Benjamin, 2012) em favor da reprodução algorítmica."

Figura 4- Campanha do The Economist (2025) questionando a autonomia criativa da IA



Fonte: The economist(2025)

A autora propõe uma categorização para analisar as imagens geradas por IA que remetem ao passado, utilizando a Análise de Conteúdo. As categorias são: Lembrar/Celebrar, onde a IA é usada para homenagens, como a recriação de personagens de "Castelo Rá-Tim-Bum" em alta resolução, levantando questões sobre a "aura" da obra original (Benjamin, 2012); Imaginários do passado, explorando como a IA pode preencher lacunas históricas e confrontar representações estereotipadas, como no trabalho de Mayara Ferrão com narrativas de afeto para mulheres negras e indígenas do período colonial; Ressignificar, exemplificada pelo caso Volkswagen, onde a supressão de trechos críticos da música original demonstra uma "apropriação por parte da indústria capitalista para atender a interesses específicos" (Magnolo, 2024, p. 154); e, por fim, Erro Histórico, que expõe o problema dos vieses algorítmicos de forma contundente. Esta última categoria é crucial, citando casos como a IA do Google gerando imagens de soldados nazistas negros e a IA da Meta sendo acusada de racismo por não conseguir criar imagens de um casal interracial (Magnolo, 2024, p. 141, 156). Esses exemplos provam que os algoritmos, treinados com dados que refletem os preconceitos da sociedade, têm o poder de perpetuar e até expandir a discriminação (Faustino e Lippold, 2023, p. 17-18). Magnolo (2024, p. 140) conclui que, embora a tecnologia avance rapidamente, a reflexão ética sobre suas consequências é mais lenta, exigindo uma regulamentação que possa mitigar os vieses e garantir o uso responsável.

Complementando a discussão sobre a manipulação de imagens e a desinformação visual, Gómez-de-Ágreda, Feijóo e Salazar-García (2021) oferecem uma análise aprofundada e sistemática sobre o uso de imagens como ferramenta de desinformação no que denominam "âmbito cognitivo". Os autores argumentam que as tecnologias digitais, em especial a Inteligência Artificial, criaram novas e potentes formas de manipulação que transcendem as táticas tradicionais, constituindo um novo tipo de conflito. A principal contribuição do trabalho é a proposição de uma nova taxonomia de dupla entrada que classifica as imagens

manipuladas não apenas pelo grau de alteração técnica, mas também pelo objetivo perseguido, oferecendo um mapa para compreender e combater a guerra pela percepção.

Gómez-de-Ágreda, Feijóo e Salazar-García (2021) partem do contexto da pandemia de Covid-19, que exacerbou a dependência dos meios digitais e criou um ambiente de incerteza propício para a disseminação de "rumores e bulos mais ou menos interessados" (Gómez-de-Ágreda; Feijóo; Salazar-García, 2021, p. 2). Eles destacam que, embora a desinformação não seja um fenômeno novo, a combinação de tecnologias digitais e a "superficialidade da atenção" de uma população sobrecarregada de dados gerou um "salto qualitativo" nas formas de manipulação (p. 6). A imagem, historicamente vista como garantia de veracidade, torna-se o principal campo de batalha. O artigo revisa a doutrina militar e de inteligência sobre "operações de influência", demonstrando que a manipulação de percepções é uma estratégia consolidada nos conflitos híbridos. O "âmbito cognitivo" é definido como o espaço não físico que abrange as percepções, emoções e motivações do ser humano, e que pode ser influenciado para "modificar a conduta manifesta das pessoas afetadas pelo conflito" (Calvo-Albero et al., 2020, citado por Gómez-de-Ágreda; Feijóo; Salazar-García, 2021, p. 7).

A inovação do artigo reside na sua proposta de taxonomia. Em um eixo, classificam o grau de manipulação da imagem, indo desde a simples descontextualização (usar uma imagem real em um contexto falso), passando por imagens parciais, retocadas, alteradas digitalmente, até os deep-fakes e as imagens geradas ex novo (p. 8).

No outro eixo, classificam a intenção por trás da manipulação: sátira, propaganda/publicidade, desinformação e manipulação/construção do relato. A combinação desses dois eixos gera uma matriz de quatro quadrantes que mapeia os diferentes atores e seus objetivos, desde o "prosumer" que viraliza conteúdo por engajamento até os atores estatais que conduzem sofisticadas operações de influência com *deep-fakes* (p. 10). Os autores enfatizam que as tecnologias mais avançadas, como os *deep-fakes*, embora extremamente perigosas, ainda não são de uso massivo devido à sua complexidade e custo. No entanto, alertam para o risco do "dividendo do mentiroso", onde a mera possibilidade de uma imagem ser falsa já é suficiente para minar a confiança na evidência visual (Chesney; Citron, 2018, citado por Gómez-de-Ágreda; Feijóo; Salazar-García, 2021, p. 14). Eles também discutem as contramedidas, argumentando que a solução não é puramente tecnológica, mas deve envolver uma "política de comunicação clara, honesta, empática" (Calvo-Albero et al., 2020, citado por Gómez-de-Ágreda; Feijóo; Salazar-García, 2021, p. 15), além de educação midiática e legislação adequada.

Aprofundando a dimensão ética da Inteligência Artificial, Brochado (2023) propõe uma reflexão filosófica densa e urgente sobre os desafios que a IA impõe à condição humana. A autora parte do pensamento do filósofo brasileiro Henrique Cláudio de Lima Vaz para argumentar que a atual revolução tecnológica não é apenas mais uma mudança, mas uma "mutação sem precedentes civilizacionais"

(Brochado, 2023, p. 79) que ameaça esvaziar a essência espiritual do ser humano. O grande mérito do artigo é resgatar a robustez da Ética vaziana para dialogar com os dilemas contemporâneos, defendendo que apenas uma compreensão profunda da pessoa moral e da dignidade pode oferecer um contraponto à "desespiritualização" promovida pela maquinização da vida (p. 94).

Brochado (2023) inicia contextualizando a obra de Lima Vaz como um farol para pensar o nosso tempo, destacando sua preocupação com a "mutação civilizacional" (Lima Vaz, 1999, p. 9, citado por Brochado, 2023, p. 78). Para Vaz, o progresso tecnológico, ao mesmo tempo que liberta o homem das amarras da natureza, paradoxalmente provoca um "progressivo esmaecer" dos valores espirituais (Lima Vaz, 1999, p. 7, citado por Brochado, 2023, p. 81). A autora aplica essa intuição ao cenário da IA, onde a "mitificação dos processos maquínicos" (p. 75) leva à consideração de programas computacionais como entidades inteligentes e, no ápice da ambição, como "agentes morais artificiais" (p. 87).

A autora critica a "aura antropofomizante" que ronda a IA, argumentando que ela representa uma forma de "alienação humana da sua própria essência" (Brochado, 2023, p. 84). Ao analisar o conceito de algoritmo e *machine learning*, Brochado desmistifica a ideia de que máquinas "pensam" ou "aprendem" no sentido humano. Citando Whitby (2004), ela afirma que o computador é um "pateta completamente obediente" que executa padrões, e que sua aparente inteligência é, na verdade, a "estupidez tediosa" compensada por uma "tremenda velocidade" (p. 85). A confusão entre cérebro e mente, energia e informação, é apontada como um equívoco fundamental que sustenta a crença na IA como análoga à inteligência humana.

O ponto mais provocador do artigo de Brochado (2023) é a discussão sobre a criação de "agentes morais artificiais". Ela vê nessa empreitada uma "tecnopaideia" que, ironicamente, busca reabilitar a ética clássica por meio de máquinas. No entanto, alerta que essa visão se baseia em um "rigorismo eficaz", ignorando que a inteligência genuína exige um "juízo experiente" que os sistemas atuais não possuem (Smith, 2019, p. 90, citado por Brochado, 2023, p. 88). A promessa de robôs moralmente incorruptíveis é sedutora, mas paradoxal, pois poderia nos levar a buscar em máquinas uma perfeição que corrigiria os "desacertos de caráter do ser humano" (p. 89). É aqui que o diálogo com Lima Vaz se torna crucial. Brochado recorre à Ética vaziana para reafirmar a centralidade da "pessoa moral" como fundamento da dignidade e do Direito. A liberdade, para Vaz, é o que nos permite postular fins e valores, e é essa dimensão que está sendo ameaçada pela "desespiritualização mutacional da natureza humana" (p. 89). A autora argumenta que o Direito não pode regular a IA apenas com base em uma personificação pragmática, como a da pessoa jurídica, pois isso ignora a "intrínseca espiritualidade" que define a pessoa moral (p. 93). A verdadeira resposta, segundo a autora, está em postular o "metabolismo espiritual humano" como condição para qualquer regulação, um metabolismo que nos constitui como seres "abertos e generosos" (Lima Vaz, 2000, p. 237, citado por Brochado, 2023, p. 96).

2.8 O PAPEL HUMANO NA ERA DA IA: A REAFIRMAÇÃO DA OPINIÃO, CRIATIVIDADE E PENSAMENTO CRÍTICO

A ascensão da inteligência artificial (IA) no século XXI gerou transformações radicais em diversos campos do conhecimento humano. Seja no jornalismo, na educação, na indústria criativa ou na gestão de pessoas, os sistemas automatizados passaram a desempenhar tarefas antes exclusivamente humanas, gerando debates sobre o que ainda resta ao sujeito pensante. Entretanto, à medida que a IA avança, também se reafirma a importância de aspectos genuinamente humanos, como a criatividade, a interpretação crítica e a capacidade de julgar eticamente. O futuro da tecnologia, ao que tudo indica, não será de substituição, mas de colaboração.

A IA tem demonstrado alto desempenho em tarefas mecânicas, organizacionais e até mesmo na geração de conteúdo automatizado. No entanto, especialistas apontam que a imaginação, a intuição, a empatia e o julgamento ético permanecem insubstituíveis. Segundo o artigo *Bem-vinda, IA* (FUTURECOM, 2025), o papel do humano será ainda mais essencial justamente porque a IA depende de input, contexto e interpretação elementos que só os seres humanos conseguem prover com profundidade. Criar, imaginar, sonhar e tomar decisões complexas continuam sendo atributos inatingíveis para a máquina.

Nesse cenário, a IA passa a ocupar o papel de assistente criativo, capaz de organizar dados, propor caminhos e oferecer agilidade. Porém, quem define as perguntas, ajusta os parâmetros e valida os resultados segue sendo o ser humano. A inovação mais significativa, portanto, nasce da colaboração entre a inteligência natural e a artificial, onde cada parte contribui com suas potencialidades específicas (FUTURECOM, 2025).

Nas redes sociais e plataformas digitais, os algoritmos de recomendação influenciam fortemente a construção da opinião pública. Artigos como os de Valle; Fernández Ruiz e Buttner (2024) e os dados levantados por Radfahrer (2025), alertam que a IA não apenas organiza o conteúdo visível aos usuários, como também molda suas percepções por meio de filtros invisíveis. Esse processo cria bolhas informacionais, onde os indivíduos são expostos repetidamente a conteúdos que confirmam suas crenças, limitando o pensamento divergente.

Esse cenário é especialmente perigoso quando aliado à proliferação de fake news e discursos de ódio. A IA, ao personalizar experiências e priorizar o engajamento, muitas vezes contribui para a polarização social e a desinformação (Fenati, 2025). A formação ética e responsável dos cidadãos torna-se uma necessidade urgente, a fim de que cada pessoa desenvolva discernimento para avaliar conteúdos, identificar vieses e resistir à manipulação informacional. O uso da inteligência artificial deve ser acompanhado por iniciativas que fortaleçam a autonomia individual e a capacidade de julgar com base em valores, fatos e princípios éticos claros, garantindo que a tecnologia permaneça a serviço da verdade e da liberdade.

A manutenção de um espaço público plural e saudável depende de pessoas capazes de reconhecer viés, comparar fontes, debater argumentos e resistir à automação da opinião.

Educadores, filósofos e tecnólogos têm convergido em torno de um ponto comum: o pensamento crítico é a principal defesa contra os riscos da automatização cega. Segundo Sayad (2023), é fundamental ensinar as novas gerações a interagir com a IA de forma reflexiva. Isso inclui analisar os resultados gerados por chatbots, questionar a neutralidade dos algoritmos e compreender as limitações técnicas e éticas desses sistemas.

Para isso, práticas pedagógicas como debates, rodas de conversa, oficinas de análise de mídia e produção crítica de conteúdo são recomendadas. Como destaca o Sebrae (2024), pensar criticamente na era da IA significa perguntar: “quem programou isso?”, “com que propósito?”, “que vieses estão embutidos nos dados?”.

Além disso, o pensamento crítico é necessário até mesmo para usar bem a IA. É ele que permite separar sugestões úteis de respostas genéricas, identificar erros factuais e adaptar conteúdos ao contexto real. Usar IA com inteligência, nesse sentido.

A inteligência artificial (IA) vem provocando transformações profundas na forma como a informação é produzida, distribuída e consumida. Um dos impactos mais visíveis ocorre na produção jornalística, por meio da chamada automação do jornalismo ou *jornalismo robô*, que se caracteriza pelo uso de algoritmos para redigir matérias de forma autônoma. Agências internacionais como a Associated Press e a Reuters já empregam sistemas baseados em IA para gerar conteúdos sobre dados econômicos, esportivos e de mercado financeiro, com base em bancos de dados atualizados em tempo real. Essa prática proporciona vantagens como agilidade, aumento da produtividade nas redações e cobertura eficiente de eventos factuais e repetitivos (Marconi; Lakatos, 2017). Contudo, impõe riscos, entre os quais se destacam a superficialidade informacional, a ausência de análise crítica e a possibilidade de reprodução de vieses algorítmicos, comprometendo a qualidade e a confiabilidade das notícias (Fidalgo, 2020).

A crescente integração da Inteligência Artificial (IA) na produção de conteúdo jornalístico tem levantado discussões importantes sobre a necessidade de transparência para manter a credibilidade e a confiança da audiência. Alguns veículos de comunicação já estão implementando políticas de divulgação (disclosure) do uso de IA, buscando construir credibilidade e ganhar a confiança do público. Essa abordagem proativa visa estabelecer regras éticas para a utilização dessas ferramentas, otimizando o tempo e ampliando o alcance do conteúdo, mas sempre com a supervisão e edição de um profissional humano.

Um exemplo notável é a Associated Press (AP), que exhibe uma abordagem estratégica e ética no uso da inteligência artificial. A agência empregou ferramentas de Natural Language Generation (NLG) para automatizar reportagens financeiras e resumos esportivos, ampliando significativamente sua produção desde 2015. Além disso, a AP adotou inovações em transcrição automática, alertas de segurança pública, resumo de vídeos, tradução de alertas meteorológicos e organização de e-mails e reuniões, especialmente por meio da Local News AI Initiative. Apesar dessas automações, a AP mantém um compromisso firme com a qualidade editorial, estabelecendo em suas diretrizes internas que ferramentas generativas não devem ser usadas para criar conteúdo publicado automaticamente; todo material gerado precisa ser verificado por jornalistas, e imagens ou vídeos produzidos por IA são aceitos apenas como ilustrações, desde que rotulados de forma clara. A agência também celebrou contratos com empresas como OpenAI e Google, fornecendo seu acervo de notícias para treinamento e integrando atualizações noticiosas ao chatbot Gemini, sempre com foco na confiabilidade da informação e no reconhecimento editorial. A AP também investe na capacitação contínua de jornalistas frente aos desafios da IA, oferecendo webinars, treinamentos presenciais, guias práticos (LocalizeIt) e um capítulo específico no AP Stylebook dedicado ao uso responsável da tecnologia (Associated Press, 2024).

Outras iniciativas incluem guias da Trusting News sobre como divulgar o uso de IA oferecendo modelos de texto que newsrooms podem adaptar para explicar qual ferramenta foi usada, para que, e que houve verificação humana posterior, com base em pesquisas sobre o que o público deseja saber (Trusting

News, 2024). A Rádio Television Digital News Association (RTDNA) também recomenda que veículos com IA adotem políticas claras sobre o uso da tecnologia na apuração, edição e distribuição, enfatizando princípios jornalísticos como precisão, contexto, confiança e transparência (RTDNA, 2024). Esses exemplos demonstram um movimento inicial, mas ainda desigual, em direção à padronização e à responsabilidade no uso da IA no jornalismo. Além disso, a IA vem sendo amplamente utilizada na criação de conteúdo personalizado, principalmente em plataformas digitais e estratégias de marketing. Ferramentas automatizadas são capazes de gerar textos, imagens, vídeos e anúncios moldados aos interesses e ao comportamento dos usuários, o que potencializa o engajamento e a segmentação de público. No entanto, esse tipo de personalização pode reforçar bolhas informacionais, limitando a exposição dos indivíduos a diferentes pontos de vista e promovendo um consumo de conteúdo homogêneo e confirmatório (Pariser, 2012). Esse cenário é agravado pela proliferação de fake news e deepfakes, que utilizam tecnologias de IA para criar conteúdos falsos extremamente realistas como vídeos manipulados e textos enganosos capazes de influenciar eleições, decisões políticas e a percepção pública. De acordo com Zuboff (2020), essas práticas representam um dos aspectos mais perigosos do capitalismo de vigilância, pois exploram dados pessoais com fins manipulativos e comerciais.

Tais mudanças também afetam profundamente a recepção da informação, especialmente devido ao uso crescente de algoritmos de recomendação. Esses sistemas filtram e entregam conteúdos personalizados com base em padrões de navegação, interesses e interações anteriores dos usuários, funcionando de forma invisível em redes sociais como Instagram, TikTok, YouTube e Facebook. Essa lógica algorítmica gera o que Pariser (2012) chama de "filtro bolha", em que o usuário passa a consumir informações que confirmam suas crenças e valores, dificultando o contato com perspectivas divergentes. Com isso, surgem as chamadas "câmaras de eco", onde a repetição constante de discursos semelhantes contribui para o reforço de vieses cognitivos e a polarização ideológica (Sunstein, 2018).

Essa transformação também alterou os hábitos de consumo de informação. Ao invés de buscar ativamente fontes confiáveis e diversificadas, os usuários muitas vezes consomem passivamente os conteúdos que lhes são entregues por algoritmos, sem questionar sua origem ou veracidade. Esse comportamento alimenta a difusão de discursos radicais e sensacionalistas, favorecidos pelos mecanismos de engajamento emocional (Han, 2017), e evidencia a urgência de se investir em alfabetização midiática. Para Buckingham (2010), a formação crítica do cidadão no século XXI deve incluir a capacidade de compreender os mecanismos de curadoria algorítmica, avaliar fontes e identificar manipulações discursivas, o que é essencial para uma atuação consciente no ambiente digital.

Nesse contexto, emergem ainda questões éticas, políticas e sociais relacionadas à falta de transparência nos algoritmos. Plataformas digitais e buscadores operam com critérios pouco claros sobre quais informações são priorizadas ou ocultadas, o que afeta diretamente o direito

à informação e a pluralidade de vozes (Zuboff, 2020). Como resposta a esses desafios, iniciativas regulatórias vêm sendo discutidas. A União Europeia se destaca com a proposta do *AI Act*, que estabelece normas para o uso ético e transparente da IA, enquanto o Brasil avança com o Projeto de Lei n.º 2.338/2023, que visa assegurar direitos fundamentais, a proteção de dados e a responsabilização por danos causados por sistemas automatizados (Brasil, 2023). Esses impactos também reconfiguram o papel do jornalista, que passa a exercer funções de curadoria, análise e verificação de dados, além da tradicional produção textual. Fidalgo (2020) ressalta que o profissional da comunicação deve combinar competências técnicas e éticas para atuar como mediador crítico entre a realidade e os dados automatizados. Por fim, a difusão de conteúdos gerados por IA levanta dilemas em torno da autoria e da propriedade intelectual. Ainda não há consenso jurídico sobre quem deve ser considerado autor de textos, músicas ou imagens criadas por IA, nem sobre quem assume responsabilidade em caso de plágio, danos ou violações legais (Floridi *et al.*, 2018).

Dessa maneira, a presença da inteligência artificial no ecossistema informacional exige uma resposta multidisciplinar e integrada, envolvendo o poder público, o setor tecnológico, a mídia, a academia e a sociedade civil. É fundamental construir uma governança ética e democrática da IA, que respeite os direitos humanos, promova a justiça informacional e preserve a integridade da comunicação no mundo digital.

3.1 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS E FUTUROS POSSÍVEIS

O uso da inteligência artificial (IA) na produção e distribuição da informação representa uma das transformações mais significativas da era digital, mas também traz consigo desafios contemporâneos complexos e urgentes. Um dos principais problemas enfrentados atualmente é a desinformação automatizada, impulsionada por tecnologias capazes de gerar textos, imagens e vídeos falsos com alto grau de verossimilhança, como os *deepfakes*. Essas ferramentas têm sido usadas para criar conteúdos manipulados que influenciam processos democráticos, distorcem a opinião pública e comprometem a confiabilidade das fontes informativas. De acordo com Zuboff (2020), tais práticas fazem parte de um sistema mais amplo denominado capitalismo de vigilância, no qual dados pessoais são utilizados para prever e moldar comportamentos individuais e coletivos.

Outro desafio central é a falta de transparência nos algoritmos que organizam e priorizam o conteúdo nos ambientes digitais. Plataformas como YouTube, Facebook, Instagram e Google operam com sistemas algorítmicos opacos, cujos critérios de recomendação não são claramente divulgados ao público. Isso dificulta a compreensão sobre por que determinados conteúdos são exibidos, reforçando assim o que Pariser (2012) chamou de “filtro bolha”, fenômeno em que os usuários são expostos apenas a conteúdos que confirmam suas crenças, limitando a diversidade informacional. Além disso, esses algoritmos podem incorporar vieses discriminatórios oriundos dos dados com os quais foram treinados, perpetuando

desigualdades e invisibilizando vozes dissidentes (Floridi et al., 2018).

A concentração de poder nas mãos de grandes corporações tecnológicas também representa um risco considerável. Empresas como Google, Meta e OpenAI detêm não apenas os sistemas de IA mais avançados, mas também o controle sobre as plataformas por onde circula a maior parte da informação consumida pela população global. Isso cria um ambiente informacional altamente centralizado, onde decisões técnicas afetam diretamente a democracia, os direitos civis e o debate público (Sunstein, 2018). A ausência de mecanismos eficazes de regulação agrava esse cenário, permitindo práticas predatórias, manipulações econômicas e interferência política em escala global.

Ainda, destaca-se a falta de preparo da população para lidar com a complexidade da IA no contexto informacional. A maioria dos usuários não possui formação crítica suficiente para compreender o funcionamento dos algoritmos ou avaliar a veracidade das informações recebidas. Nesse sentido, a alfabetização midiática e digital torna-se uma necessidade urgente. Segundo Buckingham (2010), é fundamental que os indivíduos desenvolvam competências para analisar criticamente os meios de comunicação e compreender os processos de produção, circulação e recepção das mensagens mediadas por tecnologias inteligentes.

Segundo Rosado (2023), a inteligência artificial (IA) tem demonstrado um potencial significativo para transformar diversas áreas da vida humana, com impacto direto nas próximas gerações. A automação de tarefas repetitivas e operacionais é uma das principais promessas da IA, permitindo que os seres humanos se concentrem em atividades mais criativas, analíticas e estratégicas. Isso pode resultar em maior eficiência e produtividade em setores como manufatura, transporte, atendimento ao cliente e serviços em geral. Além de liberar tempo, essa automação também estimula o desenvolvimento do pensamento crítico e da criatividade, uma vez que os profissionais não estarão mais limitados a rotinas mecânicas e desgastantes.

Na área da saúde, por exemplo, a IA desponta como uma ferramenta revolucionária. Algoritmos inteligentes podem analisar grandes quantidades de dados clínicos, auxiliando em diagnósticos mais precisos, na descoberta de medicamentos e na proposição de tratamentos personalizados. Essa tecnologia não apenas otimiza o tempo dos profissionais da saúde, mas também contribui para a melhoria da qualidade do atendimento e aceleração de pesquisas científicas. Da mesma forma, os avanços na mobilidade urbana com veículos autônomos, guiados por sistemas inteligentes, também mostram os benefícios dessa tecnologia. Segundo o Relatório de Status Global de Segurança Viária da ONU, os acidentes de trânsito são a principal causa de morte entre pessoas de 5 a 29 anos. A IA pode melhorar significativamente a segurança nas estradas, reduzir congestionamentos e otimizar a logística e a entrega de mercadorias (Rosado, 2023).

Outro setor com grande potencial de transformação é a educação. A IA permite a criação de sistemas de ensino personalizados, capazes de adaptar conteúdos de acordo com o desempenho e as necessidades de cada aluno. Isso pode aumentar a eficácia do processo de aprendizagem, melhorar o engajamento dos

estudantes e oferecer suporte mais direcionado aos professores. Ao analisar o progresso individual, identificar lacunas de conhecimento e propor materiais específicos, a IA contribui para um ambiente educacional mais inclusivo e eficiente (Rosado, 2023).

No campo da ciência e da pesquisa, a IA também acelera descobertas e avanços. Simulações complexas e análise de grandes volumes de dados tornam-se mais viáveis e rápidas, beneficiando áreas como a biomedicina, a engenharia de materiais e a busca por fontes alternativas de energia. No entanto, grande parte desses estudos ainda está em estágio inicial, especialmente no Brasil, o que indica a necessidade de investimentos contínuos em inovação e pesquisa científica (Rosado, 2023).

Por outro lado, à medida que a IA se integra às rotinas humanas, surgem sérias preocupações éticas e sociais. A privacidade, a segurança da informação e os vieses algorítmicos são tópicos cada vez mais discutidos. O uso indiscriminado de dados pessoais por sistemas inteligentes pode colocar em risco direitos fundamentais e abrir espaço para discriminações. Assim, as próximas gerações terão a responsabilidade de criar normas e diretrizes éticas que assegurem o uso justo e responsável dessas tecnologias (Rosado, 2023).

A transparência e a governança da IA também se mostram essenciais. Apesar do uso da internet ser difundido há décadas, apenas recentemente surgiram legislações mais específicas voltadas à proteção contra crimes cibernéticos. Isso demonstra que a regulamentação costuma acompanhar o avanço tecnológico com atraso, o que reforça a importância de agir preventivamente no caso da IA. Garantir que ela seja uma aliada positiva da sociedade — e não uma força que substitua o trabalho humano ou comprometa a convivência social — exige ações políticas, educacionais e jurídicas coordenadas (Rosado, 2023).

Segundo Rosado (2023), no campo da comunicação, especialmente no jornalismo, o impacto da IA é ainda mais visível. Ferramentas como o ChatGPT e outros modelos de linguagem estão sendo usados para apoiar a criação de conteúdos, sugerir estruturas de texto, organizar informações e até automatizar parte das rotinas em redações. Esses recursos podem ser valiosos ao agilizar processos, otimizar o tempo dos jornalistas e possibilitar a concentração em tarefas mais analíticas e criativas. Em um cenário onde a velocidade da informação é um fator determinante, a IA pode contribuir para a personalização e o engajamento das matérias, adaptando os conteúdos ao perfil e aos interesses dos leitores (Rosado, 2023).

Contudo, o uso dessas tecnologias exige cuidado e responsabilidade. A ética jornalística não pode ser negligenciada, especialmente no que se refere à verificação de fatos e à credibilidade das fontes. A IA deve atuar como ferramenta de apoio, não como substituta da experiência humana. O crescimento do jornalismo digital, impulsionado pelo acesso ampliado à internet, aumentou a demanda por informação e, consequentemente, pelo uso de tecnologias de apoio. Ainda assim, é papel do jornalista saber distinguir os limites entre a automação e a essência da profissão, que é pautada pela apuração crítica, pela responsabilidade social e pela produção de conhecimento confiável (Rosado, 2023).

Dessa forma, é fundamental que profissionais da comunicação compreendam não apenas as

funcionalidades dessas ferramentas, mas também suas limitações e impactos. Incorporar a IA ao cotidiano das redações e demais mídias pode facilitar processos e ampliar possibilidades, mas sempre com base em princípios éticos e em um olhar humano que preserve a qualidade da informação (Rosado, 2023).

Portanto, os futuros possíveis e as tendências da inteligência artificial na informação caminham entre avanços tecnológicos promissores e desafios éticos consideráveis. O uso consciente e regulado da IA pode favorecer a inovação, a eficiência e o acesso à informação, mas apenas se for guiado por valores que coloquem o ser humano no centro do desenvolvimento tecnológico. As decisões tomadas hoje definirão o papel que essa tecnologia exercerá no futuro — se como um instrumento de emancipação, ou como um mecanismo de controle (Rosado, 2023).

3.2 PANORAMA DE AUTORES (HARARI, FLORIDI, CHOMSKY, LÉVY, ETC.)

É saber colocá-la a serviço do discernimento humano. A criatividade é um atributo estruturante da experiência humana. Resolver problemas, imaginar novos cenários, inovar em métodos e reinterpretar contextos são formas de criatividade presentes na ciência, na educação, nos negócios e no cotidiano. A IA pode ser uma aliada importante nesse processo, como mostram estudos da Fabrega (2025) e da Redu Digital (2025).

Esses artigos apontam que a IA pode contribuir com brainstorming, organização de ideias e cruzamento de dados, ampliando as possibilidades do processo criativo humano. No entanto, alertam para os riscos de padronização e repetição, caso o uso da tecnologia seja feito sem espírito crítico. A IA tende a reproduzir padrões já existentes, pois aprende a partir de dados históricos. A ruptura criativa, por sua vez, exige ousadia, erro, intuição e contexto — elementos que a máquina ainda não compreende.

Como destaca a publicação *Tecnologia com alma* (G1, 2024), a criatividade humana ganha mais espaço, não menos, quando a IA cuida da parte repetitiva, liberando tempo e energia para o novo, o subjetivo e o sensível.

Se a IA pode calcular, simular e prever, apenas o humano é capaz de julgar com base em valores, emoções e contextos éticos. Decisões estratégicas, sociais ou existenciais não podem ser confiadas integralmente à lógica algorítmica, pois envolvem aspectos que escapam à matemática. De acordo com o artigo publicado por Marostegm (2024), há limites claros para a atuação da IA, e ultrapassá-los pode gerar decisões injustas, impessoais ou moralmente inadequadas.

Nesse sentido, a gestão de pessoas, a mediação de conflitos, o ensino, a justiça e a política continuam demandando presença, empatia e responsabilidade humana. Como afirma Inova Coop (2024), mesmo nos contextos mais automatizados, o fator humano permanece essencial como filtro de integridade e consciência.

Esse julgamento também se aplica à própria IA: quem decide quando e como usar, com que parâmetros, em que contextos? Tais escolhas moldam o impacto da tecnologia na sociedade e, portanto, não podem ser delegadas cegamente a modelos estatísticos. O futuro não será da inteligência artificial sozinha, mas da inteligência ampliada pela consciência crítica humana.

O debate em torno da inteligência artificial (IA) e seu impacto na produção, circulação e recepção da informação tem mobilizado pensadores de diferentes áreas do conhecimento, cada um oferecendo interpretações e propostas distintas sobre os caminhos que a humanidade está trilhando diante dos avanços tecnológicos. Autores como Yuval Noah Harari, Luciano Floridi, Noam Chomsky, Pierre Lévy, Shoshana Zuboff, Byung-Chul Han, entre outros, contribuem para esse panorama com análises que transitam entre o otimismo sobre as possibilidades de inovação e o ceticismo ou a crítica em relação aos riscos sociais, éticos e políticos decorrentes do uso da IA. Ao considerar esses pensadores em conjunto, torna-se possível construir uma visão mais abrangente e crítica dos desafios contemporâneos e dos futuros possíveis da sociedade da informação.

O historiador israelense Yuval Noah Harari é um dos intelectuais mais populares na atualidade quando o assunto envolve o futuro da humanidade frente à inteligência artificial. Em obras como *Homo Deus: uma breve história do amanhã* (2016) e *21 lições para o século 21* (2018), Harari argumenta que a IA está promovendo uma revolução mais profunda do que qualquer outra registrada anteriormente, inclusive a Revolução Industrial. Para o autor, algoritmos inteligentes estão prestes a superar a capacidade humana de tomada de decisão em áreas como saúde, segurança, transporte e, sobretudo, informação. Harari alerta que, ao coletar e processar grandes volumes de dados pessoais, as máquinas poderão conhecer os indivíduos melhor do que eles mesmos, o que representa um risco à liberdade, à autonomia e à democracia. Em sua visão, a informação, mediada por IA, poderá ser usada como ferramenta de manipulação e controle político, caso não existam estruturas éticas e regulatórias que limitem seu uso abusivo.

Em contraste, o filósofo italiano Luciano Floridi propõe uma abordagem mais normativa e construtiva, centrada na criação de uma ética da informação. Floridi é autor de obras fundamentais como *The Ethics of Information* (2013) e *The Logic of Information* (2019), em que desenvolve o conceito de "infosfera" — um ambiente híbrido entre o digital e o real, no qual vivemos imersos e interagimos constantemente com dados e sistemas informacionais. Para ele, a IA deve ser regulada com base em princípios éticos sólidos, como transparência, justiça, dignidade, responsabilidade e sustentabilidade. Floridi defende que a sociedade precisa aprender a "governar" a IA, promovendo o que ele chama de *good AI society* (uma boa sociedade da IA), com instituições e cidadãos conscientes de seu papel no uso e na supervisão dessas tecnologias. Sua proposta é otimista, mas exige uma profunda transformação educacional, política e filosófica, para que os sistemas inteligentes não apenas sirvam a interesses econômicos, mas sejam orientados pelo bem comum.

Já o linguista e filósofo norte-americano Noam Chomsky, conhecido por suas críticas ao poder político e à mídia, apresenta uma visão mais cética quanto às capacidades atribuídas à IA, especialmente no que diz respeito à linguagem. Em entrevistas e artigos recentes, Chomsky critica o uso indiscriminado do termo "inteligência" para descrever modelos estatísticos como o ChatGPT e outras ferramentas de processamento de linguagem natural. Para ele, esses sistemas não compreendem o significado das palavras, apenas operam por correlação estatística, sem consciência, intenção ou raciocínio. Chomsky argumenta que a linguagem humana é baseada em estruturas mentais inatas e complexas, que os modelos de IA ainda estão longe de replicar. Ele alerta que a supervalorização da IA pode gerar ilusões perigosas sobre sua real capacidade de julgamento, o que compromete a qualidade da informação e o papel do pensamento crítico na sociedade.

Por outro lado, o filósofo francês Pierre Lévy, um dos pioneiros no estudo da cibercultura, vê na IA e nas tecnologias digitais um potencial emancipador e colaborativo. Em obras como *Cibercultura* (1999) e *Inteligência Coletiva* (1994), Lévy afirma que estamos vivendo uma transição para uma nova ecologia cognitiva, em que a inteligência humana é amplificada por máquinas e redes digitais. Seu conceito de "inteligência coletiva" propõe que o conhecimento pode ser construído de forma compartilhada, com a participação de múltiplos sujeitos mediados por tecnologias interativas. Para Lévy, a IA, se bem utilizada, pode promover a democratização do saber, facilitando o acesso à informação e estimulando a cooperação intelectual em escala global. No entanto, ele também reconhece que esses benefícios só serão alcançados se houver inclusão digital, letramento tecnológico e condições equitativas de participação.

Além desses autores, vale destacar a contribuição de Shoshana Zuboff, que introduziu o conceito de "capitalismo de vigilância" para denunciar a exploração econômica dos dados pessoais por grandes corporações de tecnologia. Em *A era do capitalismo de vigilância* (2020), Zuboff denuncia que empresas como Google, Meta e Amazon utilizam algoritmos de IA para prever e influenciar comportamentos, convertendo a vida humana em matéria-prima para fins comerciais. Ela alerta que a captura invisível e contínua de dados representa uma ameaça à privacidade, à liberdade e à soberania individual, configurando uma nova forma de poder que escapa às formas tradicionais de regulação democrática. Para ela, é urgente criar uma nova arquitetura legal e institucional que limite o poder dessas plataformas e garanta a proteção dos cidadãos diante da crescente informatização da vida social.

No mesmo campo crítico, o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han analisa os efeitos psíquicos e sociais da sociedade digital, marcada pela transparência excessiva, pelo desempenho individualizado e pela vigilância algorítmica. Em obras como *Psicopolítica* (2015) e *Sociedade da Transparência* (2017), Han sustenta que vivemos sob um regime de autocontrole estimulado por plataformas digitais, onde a IA desempenha um papel central na padronização dos comportamentos e na erosão da subjetividade. Segundo ele, a busca por eficiência, produtividade e exposição constante está desumanizando as relações sociais,

tornando o sujeito cada vez mais dócil, ansioso e isolado, o que impacta diretamente o modo como a informação é recebida, interpretada e compartilhada.

A partir desse panorama, observa-se que a IA, no contexto da informação, não pode ser analisada apenas sob a ótica da inovação tecnológica. Ela exige uma abordagem ética, filosófica, política e cultural, que leve em conta os interesses humanos, os riscos estruturais e as possibilidades de emancipação coletiva. Enquanto Harari e Zuboff alertam para o uso predatório da IA por instituições de poder, Floridi e Lévy apostam em sua regulação e aplicação construtiva, ao passo que Chomsky e Han ressaltam os limites epistemológicos e os perigos existenciais da dependência tecnológica. Juntos, esses autores contribuem para um debate plural e necessário sobre o papel da inteligência artificial na construção dos futuros informacionais, ajudando a moldar uma visão crítica e consciente do mundo digital em que vivemos.

Diante da complexidade que envolve os impactos da inteligência artificial (IA) na informação, é essencial observar como diferentes pensadores contemporâneos têm refletido sobre essa transformação. Diversas abordagens filosóficas, sociológicas, tecnológicas e comunicacionais fornecem lentes complementares para entender os riscos, limites e potencialidades da IA no século XXI. Nesse sentido, autores como Harari, Floridi, Chomsky, Lévy, Zuboff, Han, Castells e Haraway apresentam contribuições valiosas que ajudam a construir um panorama crítico e plural. Enquanto alguns apontam os perigos do uso da IA sem regulação adequada, outros destacam suas possibilidades de emancipação, democratização do conhecimento e avanço científico. A seguir, o quadro comparativo sintetiza as principais visões desses autores, oferecendo uma leitura condensada de suas áreas de atuação, posturas teóricas e obras mais representativas no debate sobre IA e informação.

Quadro 1– Panorama de autores sobre Inteligência Artificial e Informação

Autor(a)	Área	Visão sobre a IA	Contribuições principais	Obras de referência
Yuval Noah Harari	História / Filosofia	Crítica e alerta sobre riscos futuros	Destaca o risco da perda de autonomia humana; IA como ferramenta de controle e manipulação de dados	<i>21 lições para o século 21, Homo Deus</i>
Luciano Floridi	Filosofia / Ética da informação	Visão ética, regulatória e filosófica	Propõe uma governança ética da IA; conceito de infosfera ; defesa da IA responsável e transparente	<i>The Ethics of Information, The Logic of Information</i>
Noam Chomsky	Linguística / Filosofia	Cético quanto à inteligência real da IA	Argumenta que IA não compreende linguagem como os humanos; crítica ao entusiasmo acrítico com modelos estatísticos de linguagem	Entrevistas, palestras e textos diversos
Pierre Lévy	Filosofia / Ciberultura	Otimista e colaborativa	Criação do conceito de inteligência coletiva ; IA como ferramenta para democratizar o conhecimento	<i>Cibercultura, Inteligência Coletiva</i>
Shoshana Zuboff	Sociologia / Economia política	Crítica severa ao uso comercial e invasivo da IA	Conceito de capitalismo de vigilância ; IA como instrumento de exploração e perda de privacidade	<i>A era do capitalismo de vigilância</i>
Byung-Chul Han	Filosofia / Sociedade contemporânea	Crítico do excesso de transparência e automação	IA como ameaça à subjetividade; crítica à lógica do desempenho e do controle algorítmico	<i>Psicopolítica, Sociedade da Transparência</i>
Manuel Castells	Sociologia / Comunicação	Análítico, com foco em redes informacionais	Estuda a sociedade em rede e os fluxos de informação mediados por tecnologia	<i>A Sociedade em Rede</i>
Donna Haraway	Filosofia / Estudos de Gênero	Pós-humanista, crítica e alternativa	Introduz o conceito de ciborgue ; propõe uma visão híbrida entre humano e máquina	<i>Manifesto Ciborgue</i>

Fonte: Elaboração própria (2025)

A análise comparativa desses autores revela que não existe um consenso absoluto sobre o papel da inteligência artificial na sociedade contemporânea, mas sim um campo de tensões entre otimismo tecnológico, crítica ética e preocupação política. O contraste entre as abordagens revela um eixo que vai da esperança em uma IA colaborativa e regulada como sugerem Floridi e Lévy até o alerta contra seus perigos sistêmicos, como defendem Zuboff, Han e Harari. Esses olhares complementares são fundamentais para que a sociedade contemporânea não apenas acompanhe a inovação, mas participe ativamente da construção dos princípios, das leis e dos limites que devem orientar o desenvolvimento e uso dessas tecnologias. Assim, compreender essas diferentes perspectivas é um passo indispensável para fomentar uma cultura informacional crítica, democrática e comprometida com o bem coletivo

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem qualitativa e de caráter exploratório, com o objetivo de compreender os desafios éticos associados às narrativas automatizadas e ao papel dos comunicadores e veículos midiáticos na era da inteligência artificial. O método adotado foi a pesquisa bibliográfica e documental, que, segundo Gil (2019), consiste na análise sistemática de materiais já publicados em livros, artigos científicos, dissertações, legislações e documentos institucionais, permitindo a construção de um referencial sólido para fundamentar a discussão teórica. Para tanto, foi realizado um levantamento de literatura em bases de dados acadêmicas como Scielo, Google Scholar e periódicos especializados em Comunicação, Ética e Inteligência Artificial, além da consulta a obras clássicas e recentes sobre o tema.

A seleção do material seguiu critérios de relevância temática, atualidade e reconhecimento científico, priorizando publicações entre os anos de 2015 e 2024, período em que houve significativo avanço das tecnologias de automação narrativa. Foram incluídos autores que discutem ética da comunicação e responsabilidade social, como Vidigal de Carvalho (2018), Guareschi (2000) e Erbolato (2004), além de pensadores críticos sobre o impacto da tecnologia e da mídia, como Zuboff (2019), Byung-Chul Han (2018) e Castells (2009). Também foram incorporadas análises específicas sobre inteligência artificial e narrativas automatizadas, a partir de artigos recentes publicados em revistas científicas e relatórios técnicos de organizações internacionais. Esse recorte temporal possibilitou alinhar teorias clássicas com produções atuais, evidenciando o diálogo entre fundamentos consolidados e novas tendências da área.

A análise dos materiais foi conduzida por meio de leitura crítica, fichamento e categorização temática. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo permite organizar e interpretar os dados coletados a partir de categorias previamente definidas, assegurando maior sistematização do processo investigativo. Nesse sentido, foram estruturados três eixos de análise: (1) as potencialidades e riscos da automação narrativa na comunicação social; (2) as implicações éticas e profissionais para jornalistas e comunicadores; e (3) o papel dos veículos midiáticos na mediação entre tecnologia, informação e responsabilidade social. Essa organização dos eixos possibilitou uma visão integrada do fenômeno, evitando uma fragmentação que poderia comprometer a compreensão crítica do objeto.

O processo metodológico também envolveu a comparação entre diferentes perspectivas teóricas, a fim de identificar convergências e divergências quanto à responsabilidade ética diante do uso da inteligência artificial na produção de conteúdo. Segundo Minayo (2012), a triangulação de fontes e referenciais fortalece a validade da pesquisa qualitativa, possibilitando compreender a complexidade do objeto de estudo. Dessa forma, o método não se restringiu à mera descrição da literatura, mas buscou articular teorias e evidências empíricas para embasar a discussão proposta.

Ademais, a metodologia contemplou a análise de documentos institucionais e relatórios internacionais de organizações como a UNESCO e a União Europeia, que têm discutido diretrizes para o

uso responsável da inteligência artificial. Esses materiais complementares permitiram ampliar a perspectiva teórica, conectando a realidade brasileira com tendências e normativas globais, o que contribuiu para situar a pesquisa em um contexto internacional de debates éticos e regulatórios.

Como o fenômeno investigado envolve percepções, valores e interpretações sobre a ética na comunicação, o enfoque qualitativo mostrou-se o mais adequado para captar as nuances do tema. A pesquisa exploratória, por sua vez, permitiu mapear um campo ainda em construção, sem a pretensão de esgotar o assunto, mas de fornecer subsídios para reflexões futuras e para o desenvolvimento de novos estudos.

Cabe destacar também as limitações metodológicas. Por se tratar de uma pesquisa de caráter bibliográfico e documental, não foram realizadas entrevistas ou levantamentos empíricos de campo, o que restringe a análise à interpretação de obras e documentos. Contudo, essa limitação foi minimizada pela diversidade de fontes utilizadas, abrangendo autores nacionais e internacionais, além de relatórios técnicos recentes. Para pesquisas futuras, recomenda-se a realização de estudos empíricos, como entrevistas com jornalistas e comunicadores, ou ainda análises comparativas de conteúdos produzidos por sistemas de automação narrativa em diferentes contextos culturais.

Por fim, a metodologia adotada buscou garantir rigor científico, clareza e coerência com os objetivos traçados, permitindo que os resultados obtidos reflitam de maneira crítica e fundamentada os desafios éticos das narrativas automatizadas no contexto contemporâneo da comunicação.

Os resultados da pesquisa evidenciam que as narrativas automatizadas configuram um campo em expansão no jornalismo e na comunicação contemporânea, trazendo consigo tanto potencialidades quanto desafios éticos de grande relevância. Observou-se que a automação na produção de conteúdos possibilita ganhos em agilidade, alcance e personalização das mensagens, permitindo aos veículos midiáticos atenderem às demandas de uma sociedade marcada pela velocidade da informação e pela multiplicidade de plataformas digitais. Contudo, essa eficiência técnica também carrega riscos que demandam uma reflexão crítica sobre os limites da atuação profissional e a responsabilidade dos comunicadores diante do público.

Nesse sentido, autores como Vidigal de Carvalho (2018) e Guareschi (2000) ressaltam que a comunicação não pode ser reduzida a um processo meramente técnico, uma vez que envolve dimensões éticas e sociais indispensáveis à preservação da cidadania e da democracia. O uso de sistemas de inteligência artificial na produção de notícias, se por um lado democratiza o acesso à informação, por outro pode gerar efeitos de homogeneização discursiva e enfraquecimento do papel crítico do jornalismo, como indicam Erbolato (2004) e Han (2018). Esses aspectos tornam urgente a construção de parâmetros éticos que orientem tanto os profissionais da comunicação quanto os veículos de mídia na utilização dessas tecnologias.

Além disso, a análise revelou que a concentração de poder nas grandes corporações tecnológicas intensifica os riscos associados ao chamado capitalismo de vigilância, conceito trabalhado por Zuboff (2019). A coleta massiva de dados e sua utilização para direcionamento de conteúdos automatizados levantam questões profundas sobre privacidade, manipulação da opinião pública e erosão da autonomia dos cidadãos. Esse cenário dialoga com as reflexões de Castells (2009), que já havia apontado a centralidade das redes digitais na reconfiguração das relações de poder e no fortalecimento de assimetrias sociais.

Outro ponto identificado refere-se à necessidade de formação crítica dos comunicadores, visto que a inserção de narrativas automatizadas nos processos jornalísticos não elimina, mas ressignifica, a função social do profissional. Como destacam Vidigal de Carvalho (2018) e Guareschi (2000), cabe ao comunicador assumir uma postura ética diante das pressões do mercado e da lógica tecnológica, garantindo que a informação veiculada preserve valores como a veracidade, a pluralidade e o respeito ao receptor. Dessa forma, a automação não deve ser vista como substituição da atividade humana, mas como ferramenta que exige mediação consciente e responsável.

Os resultados também apontam que o avanço das narrativas automatizadas amplia os desafios para os veículos midiáticos no que diz respeito à credibilidade. Conforme Erbolato (2004), a ética na comunicação é elemento estruturante para a manutenção da confiança pública, de modo que o uso indiscriminado de algoritmos sem transparência pode comprometer a imagem institucional da imprensa. Essa constatação reforça a importância da adoção de práticas de governança, regulação e fiscalização que assegurem maior clareza sobre os processos de produção e disseminação da informação automatizada.

Assim, os achados da pesquisa demonstram que o debate sobre narrativas automatizadas não pode ser restrito a uma perspectiva tecnológica, mas deve ser ampliado para abarcar dimensões éticas, políticas e sociais. A discussão aqui empreendida confirma a hipótese inicial de que a inteligência artificial, embora represente um recurso inovador e eficiente para a comunicação, também potencializa riscos de manipulação, desinformação e enfraquecimento da esfera pública, demandando, portanto, a construção de diretrizes éticas sólidas. Nesse contexto, retoma-se a ideia de Minayo (2012) de que a compreensão dos fenômenos sociais exige múltiplas abordagens e triangulação de saberes, o que se mostra particularmente necessário diante da complexidade do tema.

Em síntese, a discussão dos resultados evidencia que o futuro da comunicação automatizada dependerá do equilíbrio entre inovação tecnológica e responsabilidade ética. Cabe aos comunicadores, aos veículos midiáticos e à sociedade como um todo repensar os modos de produzir e consumir informação, a fim de que a inteligência artificial seja integrada de forma a fortalecer — e não enfraquecer — os valores democráticos que sustentam o exercício da cidadania.

Diante da complexidade que envolve as narrativas automatizadas, verificou-se a necessidade de organizar de forma sistematizada os principais pontos levantados pela literatura, de modo a explicitar tanto os benefícios quanto as fragilidades desse fenômeno no campo da comunicação. Os estudos analisados destacam que, embora a inteligência artificial proporcione avanços significativos em termos de agilidade, alcance e personalização de conteúdos, ela também traz consigo riscos éticos relacionados à manipulação informacional, à concentração de poder nas grandes corporações tecnológicas e à perda da credibilidade jornalística. Para sintetizar esses achados e facilitar a visualização das dimensões mais recorrentes, apresenta-se a seguir um quadro que reúne as potencialidades e os desafios éticos apontados pelos autores, distribuídos em diferentes eixos de análise.

Quadro 2– Potencialidades e riscos éticos das narrativas automatizadas segundo a literatura

Dimensão	Potencialidades identificadas	Riscos e desafios éticos	Autores de referência
Tecnológica	Agilidade na produção de notícias; maior alcance de públicos; personalização de conteúdos.	Homogeneização do discurso; enfraquecimento da análise crítica.	Erbolato (2004); Han (2018)
Social	Ampliação do acesso à informação; democratização do fluxo comunicacional.	Manipulação da opinião pública; erosão da autonomia cidadã.	Guareschi (2000); Vidigal de Carvalho (2018)
Política	Possibilidade de maior transparência e fiscalização.	Concentração de poder nas big techs; capitalismo de vigilância.	Castells (2009); Zuboff (2019)
Profissional	Ressignificação do papel do comunicador como mediador crítico.	Substituição parcial da atividade humana; perda de credibilidade jornalística.	Vidigal de Carvalho (2018); Erbolato (2004)
Ética	Desenvolvimento de novas diretrizes e parâmetros normativos.	Ausência de regulação; falta de transparência nos algoritmos.	Minayo (2012); Guareschi (2000)

Fonte: Elaborado pela autora com base em Vidigal de Carvalho (2018), Guareschi (2000), Erbolato (2004), Han (2018), Zuboff (2019), Castells (2009) e Minayo (2012).

O Quadro 2 sintetizou as principais potencialidades e riscos éticos das narrativas automatizadas segundo a literatura, e sua análise crítica permite compreender como diferentes dimensões se entrelaçam na prática comunicacional contemporânea. Mais do que apresentar vantagens e desvantagens isoladas, é preciso fazer com que os autores dialoguem, revelando convergências, tensões e lacunas de interpretação sobre os impactos da inteligência artificial (IA) na produção de narrativas.

Na dimensão tecnológica, Erbolato (2004) e Han (2018) destacam, por um lado, a agilidade e a capacidade de personalização que os sistemas automatizados oferecem, mas, por outro, alertam para o risco de homogeneização discursiva. Esse paradoxo é central: a mesma tecnologia que promete pluralidade, ao permitir que mais conteúdos circulem rapidamente, pode levar a uma padronização da linguagem e da informação. Han (2018), ao tratar da “sociedade da transparência”, observa que o excesso de visibilidade digital pode resultar em uniformidade, esvaziando o pensamento crítico. Já Erbolato (2004), ao analisar os meios de comunicação, reforça que a rapidez nunca deve ser confundida com profundidade, pois a lógica da velocidade tende a empobrecer a análise. Quando esses autores são colocados em diálogo, percebe-se que ambos reconhecem o valor da inovação tecnológica, mas convergem na preocupação de que a técnica, se não for regulada por princípios éticos, produz um discurso raso, que compromete a função social do

jornalismo.

Diante dos riscos, a indústria já dá passos proativos para promover a transparência. Iniciativas como as políticas de *disclosure* da Associated Press e os guias da Trusting News ilustram essa resposta à demanda ética por clareza. Este movimento é respaldado academicamente: uma análise de 2024 a 37 diretrizes de IA na mídia destacou a supervisão humana e a preservação dos valores jornalísticos como pilares (ARXIV, 2024). Além disso, a proposta de regulamentação da FCC nos EUA, que exige a divulgação de IA em anúncios políticos, sinaliza um esforço institucional mais amplo (Federal Register, 2024).

No entanto, a transparência esbarra em um paradoxo: embora 94% dos consumidores a desejem, o simples aviso do uso de IA pode minar a credibilidade do conteúdo. Estudos indicam que conteúdos rotulados como "gerados por IA" são percebidos como menos confiáveis. Contudo, esse efeito negativo pode ser atenuado com práticas específicas, como incluir uma lista clara de fontes (Trusting News, 2025) ou optar por *disclosures* que exigem um clique, que geram menos rejeição emocional do que avisos imediatos.

Adicionalmente, a proposta de regulamentação da FCC nos EUA, que exige divulgação de conteúdo gerado por IA em anúncios políticos em rádio e TV, sinaliza um movimento institucional mais amplo para transparência, mesmo além da produção noticiosa. Embora promissoras, essas iniciativas revelam desigualdades na adoção com predominância na América do Norte e Europa, e escassez na América Latina, e a falta de padronização sugere um longo caminho para universalizar as melhores práticas (Federal Register, 2024).

Um estudo recente realizado por Hassan *et al.* (2024), que analisou 37 diretrizes de uso da inteligência artificial em organizações midiáticas de 17 países, evidencia que a discussão ética em torno da IA no jornalismo vem se consolidando em escala global. Entre os princípios mais recorrentes estão a transparência, a supervisão humana, a explicabilidade dos sistemas algorítmicos, a divulgação clara de conteúdos automatizados e a preservação da privacidade e da justiça informacional (Hassan *et al.*, 2024). Esses elementos dialogam diretamente com os dilemas discutidos neste trabalho, reforçando que o futuro das narrativas automatizadas não depende apenas de avanços técnicos, mas da adoção de padrões normativos que assegurem a credibilidade e a responsabilidade ética.

A predominância de diretrizes oriundas da América do Norte e Europa, em contraste com a escassez de referenciais na América Latina, abre espaço para refletir sobre as assimetrias regulatórias globais e a necessidade de iniciativas locais que garantam o alinhamento entre inovação tecnológica e valores democráticos. Adicionalmente, a proposta de regulamentação da FCC nos EUA, exigindo a divulgação de conteúdo gerado por IA em anúncios políticos transmitidos em rádio e TV, aponta para um movimento institucional mais amplo em direção à transparência e à responsabilidade no uso da IA, mesmo fora do contexto direto da produção de notícias (Federal Register, 2024). Embora essas iniciativas sejam promissoras, a prática ainda é desigual, e a falta de padronização sugere que há um longo caminho a

percorrer para garantir que todos os veículos de comunicação adotem as melhores práticas de transparência.

A dimensão social evidencia outra contradição: a promessa de democratização do acesso à informação versus os riscos de manipulação da opinião pública. Guareschi (2000) enfatiza o direito humano à comunicação como princípio essencial para a autonomia cidadã. Nesse sentido, a IA poderia ampliar o acesso e fortalecer a cidadania. Contudo, Vidigal de Carvalho (2018) alerta que, sem um olhar crítico, a mesma tecnologia que amplia o fluxo comunicacional pode ser instrumentalizada para induzir comportamentos e limitar a autonomia individual. Ao colocarmos esses dois autores em diálogo, emerge a necessidade de equilibrar inclusão informacional com a promoção de uma alfabetização midiática crítica. A democratização só é efetiva quando acompanhada de instrumentos de formação que capacitem o cidadão a identificar manipulações, reconhecer vieses e interpretar contextos. Caso contrário, a abundância de informação não fortalece, mas enfraquece a cidadania.

Na dimensão política, Castells (2009) analisa as redes como espaços de maior transparência e fiscalização, o que abre perspectivas de uma esfera pública mais plural e conectada. Entretanto, Zuboff (2019) problematiza essa visão otimista ao apontar que o “capitalismo de vigilância” concentra o poder informacional nas mãos de grandes corporações, as chamadas big techs. Assim, se por um lado a automação poderia potencializar práticas democráticas, por outro, ela ameaça a soberania e a diversidade política ao submeter a circulação da informação à lógica mercadológica e à vigilância massiva. O diálogo entre Castells e Zuboff evidencia uma tensão fundamental: a tecnologia pode ser tanto uma ferramenta de emancipação quanto de dominação, dependendo do modo como é regulada e apropriada socialmente. Ao aplicar esse debate ao jornalismo automatizado, percebe-se que o mesmo algoritmo capaz de fiscalizar governos pode também reforçar monopólios informacionais e comprometer a democracia.

A dimensão profissional traz à tona um dilema ético para o jornalismo. Vidigal de Carvalho (2018) vê na automação uma oportunidade de ressignificar o papel do comunicador, que passaria a atuar como mediador crítico, selecionando e contextualizando as informações produzidas por máquinas. Já Erbolato (2004) ressalta os riscos de substituição do trabalho humano, alertando para a perda de credibilidade quando a narrativa é reduzida a dados sem interpretação. O diálogo entre ambos indica que a profissão jornalística não está em extinção, mas em transformação. Cabe ao comunicador assumir um papel de curadoria, garantindo que a agilidade das máquinas seja acompanhada pela análise ética e pelo compromisso social. Esse movimento exige não apenas adaptação profissional, mas também uma revalorização da formação crítica nas universidades, que devem preparar futuros comunicadores para lidar com a complexidade tecnológica sem abrir mão da dimensão ética de sua prática.

Por fim, a dimensão ética reúne as contribuições de Minayo (2012) e Guareschi (2000), que apontam tanto para o desenvolvimento de novas diretrizes quanto para os riscos da ausência de regulação. Minayo (2012) enfatiza a necessidade de que a ética acompanhe o avanço tecnológico, criando parâmetros

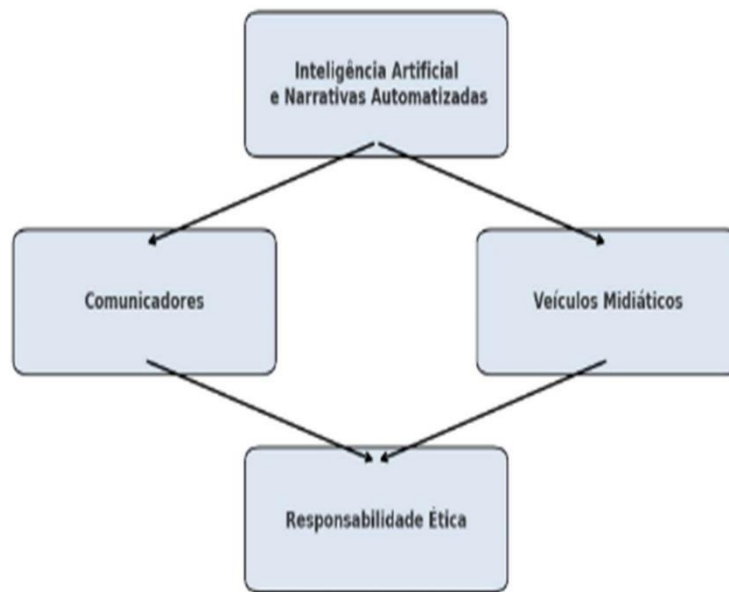
normativos que assegurem a transparência e a proteção de direitos. Guareschi (2000), ao tratar da comunicação como direito humano, lembra que sem regulação crítica, os algoritmos tendem a reproduzir desigualdades e silenciar vozes. Esse diálogo evidencia que a regulação não deve ser entendida como censura, mas como uma forma de equilibrar inovação e responsabilidade, garantindo que a tecnologia esteja a serviço do interesse público. A ausência de normatividade, como lembram os autores, favorece a lógica mercadológica e compromete a função social da comunicação.

Ao analisar o quadro em sua totalidade, percebe-se que as cinco dimensões estão interligadas. A tecnologia influencia as relações sociais, que por sua vez afetam a política; estas impactam a prática profissional, e todas, em última instância, remetem ao campo ético. O diálogo entre os autores mostra que não existe uma oposição rígida entre potencialidades e riscos, mas sim um campo de disputas e escolhas sociais. A IA pode ampliar a cidadania ou reforçar a alienação, pode democratizar ou concentrar o poder, pode ressignificar o papel do jornalista ou reduzi-lo à irrelevância. A direção tomada dependerá da capacidade de construir uma governança ética e democrática da informação, na qual profissionais, sociedade civil, governos e corporações atuem de forma integrada.

Dessa forma, os resultados apontam que o futuro das narrativas automatizadas não está predeterminado pela técnica, mas pela articulação entre valores éticos, decisões políticas e práticas profissionais. O diálogo entre Erbolato, Han, Guareschi, Vidigal de Carvalho, Castells, Zuboff e Minayo revela que a questão central não é apenas a eficiência tecnológica, mas sobretudo a forma como a sociedade decide usá-la. Esse é o desafio contemporâneo: equilibrar inovação e ética, garantindo que a automação seja uma aliada da democracia, da diversidade e da responsabilidade social.

A sistematização apresentada no Quadro 2 permite observar, de maneira objetiva, que as narrativas automatizadas operam em um espaço de tensões entre inovação tecnológica e responsabilidade social. Enquanto oferecem recursos valiosos para ampliar a eficiência e o alcance da comunicação, também suscitam dilemas éticos que exigem reflexão constante dos comunicadores e dos veículos midiáticos. Contudo, a compreensão integral desse fenômeno demanda mais do que a simples listagem de potencialidades e riscos: é necessário visualizar como esses elementos se articulam em um processo dinâmico de interações. Para isso, o fluxograma a seguir busca ilustrar a relação entre a inteligência artificial, os profissionais da comunicação, as organizações midiáticas e o núcleo central da responsabilidade ética, destacando os pontos de convergência que estruturam o debate contemporâneo.

Figura 5-Relação entre inteligência artificial, comunicadores, veículos midiáticos e responsabilidade ética
Relação entre IA, comunicadores, veículos midiáticos e ética



Fonte: Elaboração Própria (2025)

O fluxograma apresentado ilustra a interação entre os principais elementos envolvidos nas narrativas automatizadas. A inteligência artificial, representada no topo, surge como ponto de partida para a produção de conteúdos automatizados, influenciando tanto a atuação dos comunicadores quanto as estratégias dos veículos midiáticos. Esses, por sua vez, desempenham papéis distintos, mas interligados: os comunicadores são responsáveis por mediar a aplicação tecnológica de modo crítico, enquanto os veículos midiáticos incorporam tais recursos em seus processos de difusão de informação. Ambos convergem para o eixo central da responsabilidade ética, que constitui a dimensão fundamental para assegurar a credibilidade, a transparência e o compromisso social das práticas comunicacionais. Assim, a figura reforça a necessidade de equilíbrio entre inovação tecnológica e valores democráticos, como destacam Vidigal de Carvalho (2018), Guareschi (2000), Erbolato (2004), Zuboff (2019) e Castells (2009).

O presente trabalho buscou analisar as narrativas automatizadas e os dilemas éticos que permeiam sua utilização no campo da comunicação social. Desde a introdução, estabeleceu-se como objetivo compreender de que forma a inteligência artificial, aplicada à produção de conteúdos midiáticos, gera oportunidades de inovação ao mesmo tempo em que suscita riscos para a democracia, para a autonomia cidadã e para o papel do comunicador. Ao longo do percurso metodológico, estruturado em pesquisa bibliográfica e documental, foi possível sistematizar diferentes perspectivas e construir uma análise crítica sobre a relação entre tecnologia, sociedade e responsabilidade ética.

Os resultados obtidos, especialmente a partir da organização das potencialidades e riscos, permitiram visualizar que as narrativas automatizadas não se restringem a um avanço técnico, mas configuram um fenômeno multidimensional. Cada dimensão analisada – tecnológica, social, política, profissional e ética – revelou contradições próprias e mostrou que os impactos da automação narrativa dependem diretamente das escolhas humanas, das regulações institucionais e da capacidade crítica dos comunicadores e das organizações midiáticas. Essa constatação reforça a ideia de que não existe um determinismo tecnológico absoluto: o futuro das narrativas produzidas por máquinas será moldado pela forma como a sociedade decide utilizá-las e mediá-las.

Na dimensão tecnológica, identificou-se que a agilidade e a personalização dos conteúdos são conquistas inegáveis. No entanto, a homogeneização do discurso e o enfraquecimento da análise crítica indicam que a velocidade não pode substituir a profundidade. Isso exige dos profissionais uma postura de curadoria, capaz de conciliar a eficiência da máquina com a complexidade da interpretação humana.

A dimensão social revelou outro paradoxo relevante. De um lado, a automação narrativa amplia o acesso à informação e promete democratizar o fluxo comunicacional. De outro, abre espaço para manipulações que fragilizam a autonomia do cidadão. Essa tensão evidencia a importância de políticas de alfabetização midiática e de formação crítica da audiência, de modo que a abundância de dados não se transforme em sobrecarga ou em vulnerabilidade frente a discursos manipuladores.

No campo político, as narrativas automatizadas mostraram-se como uma ferramenta de transparência e fiscalização, mas também como instrumentos de concentração de poder nas mãos das grandes corporações tecnológicas. Essa contradição aponta para um desafio regulatório global: como equilibrar inovação e vigilância, garantindo que os algoritmos estejam a serviço do interesse público e não apenas de estratégias mercadológicas? A reflexão conduzida pelo trabalho indica que a democracia só será fortalecida se houver mecanismos de governança que limitem abusos e assegurem pluralidade informacional.

A dimensão profissional demonstrou que os comunicadores não estão diante de uma substituição inevitável, mas de uma transformação profunda de suas funções. O jornalista do futuro não será apenas produtor de conteúdo, mas mediador crítico, responsável por dar sentido ao que a máquina gera. Essa

reconfiguração da profissão demanda novas competências, como domínio tecnológico, sensibilidade ética e capacidade de análise interdisciplinar. Ao mesmo tempo, revela a necessidade de que universidades e instituições de ensino revisem suas matrizes curriculares, preparando profissionais aptos a lidar com a automação sem abrir mão da essência crítica do jornalismo.

Na esfera ética, o estudo evidenciou a centralidade da responsabilidade como eixo articulador de todas as dimensões anteriores. A ausência de transparência algorítmica e de normativas adequadas representa uma ameaça real à credibilidade e à confiança social. Contudo, também foi possível observar que a ética não deve ser entendida apenas como conjunto de normas externas, mas como uma prática incorporada às rotinas profissionais e organizacionais. A construção de diretrizes éticas eficazes dependerá da colaboração entre comunicadores, veículos midiáticos, instituições reguladoras e sociedade civil.

Ao integrar essas dimensões, o trabalho permitiu concluir que as narrativas automatizadas operam em um espaço de tensões contínuas, em que inovação e responsabilidade caminham lado a lado. No decorrer da pesquisa reforça essa percepção, mostrando que a inteligência artificial influencia comunicadores e veículos, mas todos convergem para um núcleo central de responsabilidade ética. Essa representação gráfica não esgota a complexidade do tema, mas contribui para visualizar a interdependência dos elementos envolvidos.

As contribuições da pesquisa residem, portanto, em sistematizar um campo ainda emergente, reunindo reflexões de autores clássicos e contemporâneos, e articulando essas ideias a partir de uma perspectiva crítica. O estudo não apenas descreveu potencialidades e riscos, mas apontou caminhos possíveis para que a comunicação mantenha seu compromisso com a democracia, a diversidade e a autonomia cidadã.

É importante reconhecer, entretanto, as limitações do trabalho. Por tratar-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, não foi possível realizar análises empíricas de campo ou entrevistas com profissionais diretamente envolvidos no uso de narrativas automatizadas. Essa ausência não compromete a validade do estudo, mas indica uma lacuna a ser preenchida por futuras investigações. Pesquisas posteriores poderão explorar experiências práticas em redações, avaliar a recepção do público a conteúdos gerados por inteligência artificial e comparar modelos de regulação em diferentes países.

Diante das reflexões apresentadas, conclui-se que a questão central não é se as narrativas automatizadas devem ou não existir, mas como serão utilizadas e reguladas. A tecnologia, por si só, não garante democratização, nem determina autoritarismo; o que define o rumo é a interação entre ética, política e prática profissional. O desafio contemporâneo consiste em construir uma governança da informação que preserve valores democráticos, assegure pluralidade e promova transparência.

À luz das reflexões desenvolvidas ao longo desta pesquisa, propõe-se aqui um modelo autoral de orientação prática, denominado “Quadrilátero Ético da Comunicação na Era da IA”. Este modelo busca

sintetizar quatro dimensões fundamentais para que narrativas automatizadas sejam utilizadas de forma responsável e em consonância com os valores democráticos e éticos da comunicação:

Liberdade de expressão – deve permanecer como valor inegociável, nos moldes das tradições mais sólidas de proteção à livre manifestação, como no caso dos Estados Unidos. Todavia, reconhece-se que a simples garantia de expressão não assegura a qualidade ética da informação, sobretudo em um contexto em que qualquer indivíduo, munido de um celular, pode produzir e difundir conteúdos potencialmente nocivos.

Regulação responsável – a regulação não deve operar como censura, mas como garantia de que veículos jornalísticos mantenham práticas de checagem de fatos e impeçam a disseminação de fake news potencializadas por sistemas automatizados. Trata-se de estabelecer protocolos de responsabilização para empresas de mídia e plataformas, sem comprometer a pluralidade do debate público.

Autocrítica do comunicador – a inteligência artificial deve ser compreendida também como ferramenta de reflexão, permitindo ao comunicador confrontar seus próprios vieses (bias) e, assim, aprimorar a prática profissional. O comunicador continua sendo indispensável como curador crítico e responsável último pelo conteúdo.

Educação crítica da sociedade – por fim, é imprescindível investir em literacia midiática e digital, capacitando a população a identificar narrativas automatizadas, distinguir entre opinião, propaganda e notícia, e exercer um olhar crítico frente às múltiplas formas de desinformação. Programas educativos, desde a escola até o consumo cotidiano de notícias, podem contribuir para uma sociedade mais preparada e consciente.

Este Quadrilátero Ético permite compreender que a solução não reside apenas em restrições técnicas ou legais, mas na combinação de liberdade, responsabilidade, autocrítica e educação. Desse modo, a IA pode ser integrada ao ecossistema midiático sem comprometer a busca pela verdade, a dignidade do ser humano e a confiança do público, valores que permanecem centrais na prática comunicacional.

Diante dessas reflexões, permanecem em aberto questões como: Como regular a IA de forma democrática sem cair na censura? Quais limites éticos os jornalistas devem adotar diante de algoritmos opacos? Como garantir pluralidade informativa em um cenário de “bolhas de filtro”? A IA será mais uma ferramenta de emancipação ou de alienação social? Essas perguntas reforçam que o tema exige investigações contínuas e multidisciplinares, ressaltando o valor inegociável da dignidade humana frente à automação e a premissa de que a busca da verdade não pode ser substituída por métricas algorítmicas de engajamento. Embora a integração da IA ofereça benefícios significativos em termos de otimização e alcance, a sua aplicação deve ser acompanhada por um compromisso inabalável com a clareza e a responsabilidade. Os exemplos de veículos de comunicação que já adotam políticas de disclosure, as diretrizes de organizações como a Trusting News e a RTDNA, e as propostas de regulamentação como a da FCC, demonstram um reconhecimento crescente da importância de informar a audiência sobre a presença

da IA na produção de conteúdo. No entanto, a disparidade na adoção dessas práticas e a ausência de uma padronização universal indicam que a jornada rumo a uma transparência plena e consistente ainda está em andamento. É imperativo que a indústria da mídia continue a desenvolver e implementar políticas robustas de disclosure, garantindo que a inovação tecnológica sirva para fortalecer, e não para erodir, a relação de confiança entre os produtores de notícias e o público.

Assim, as considerações finais deste trabalho reforçam que a inovação tecnológica não pode ser vista como inimiga da ética, mas como oportunidade para ressignificá-la e fortalecê-la. Cabe aos comunicadores, às instituições e à sociedade escolher se a inteligência artificial será um instrumento de emancipação ou de alienação. Esse é o verdadeiro horizonte que se abre diante das narrativas automatizadas: um futuro em disputa, cuja direção dependerá da capacidade coletiva de equilibrar eficiência, credibilidade e responsabilidade social.

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 2a Ed., Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.
- ANDRÉ, Alberto. **Ética e código da comunicação social**. 3 ed. Porto Alegre :Sagra- Luzzatto, 1994. 133 p. (Coleção Comunicação Viva).
- ARXIV. **A Survey of AI Ethics Guidelines in Journalism**. 2024. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2405.04706?utm>. Acesso em: 18 set. 2025.
- ASSOCIATED PRESS. **Artificial Intelligence**. 2024. Disponível em: <https://www.ap.org/solutions/artificial-intelligence/?utm>. Acesso em: 21 set. 2025.
- BADIOU, Alain. **Ética: um ensaio sobre a Consciência do Mal**. Rio de Janeiro : Relume Dumara, 1995. 100p.
- BANDEIRA, Olívia; VALENTE, Jonas. **Na internet, a combinação de novas e velhas formas de concentração**. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 12 de set. de 2018. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/na-internet-a-combinacao-de-novas-e-velhas-formas-de-concentracao/>>. Acesso em: 30 de jun. de 2020.
- BARBOSA, S.; FIDALGO, A. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). In: **Textual & Visual Media**. **Revista de la Sociedad Española de Periodística**, 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BORGES, Altamiro. **A Ditadura da mídia**. São Paulo: Editora Anita Garibaldi, 2009.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias**. 7ª ed. Petrópolis, Vozes, 1989. 188p. (Coleção Meios de Comunicação Social, 6; Série Pesquisa, 1).
- BRADSHAW, P.; ROHUMAA, L. **The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age**. Essex: Pearson Education, 2011.
- BRANCH, J. Snow Fall: the avalanche at Tunnel Creek. **The New York Times**, 2012. BRANCH, John. Snow Fall: the avalanche at Tunnel Creek. **The New York Times**, New York, [200-]. Disponível em: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/?forcedirect=yes#/part=tunnel-creek>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- BRASIL. **Projeto de Lei nº 2.338, de 2023. Dispõe sobre o uso da inteligência artificial no Brasil**. Brasília: Senado Federal, 2023.
- BROCHADO, M.. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E ÉTICA: UM DIÁLOGO COM LIMA VAZ. **Kriterion: Revista de Filosofia**, v. 64, n. 154, p. 75–98, jan. 2023.
- BUCKINGHAM, David. **Educação midiática: alfabetização para a era da informação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- BYUNG-CHUL HAN. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia**. Petrópolis: Vozes, 2022.

C. TANDOC JR., E.; WU, S.; TAN, J.; CONTRERAS-YAP, S. O que são notícias (automatizadas)? Uma análise de conteúdo de artigos noticiosos escritos por algoritmos. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 22, n. 41, p. 103-120, 2022. DOI: 10.14195/2183-5462_41_6. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/12411>. Acesso em: 01 jul. 2025.

CARLSON, Matt. The Robotic Reporter: automated journalism and the redefinicion of labor, compositional forms and journalistic authority. In: LEWIS, Seth C. (org.). **Digital Journalism**, v. 3, n. 3. New York: Taylor&Francis Online, 2014.

CARREIRA, Krishma Anaísa Coura. **Notícias automatizadas: a evolução que levou o jornalismo a ser feito por não humanos**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017. Disponível em: <https://repositorio.meto-dista.br/items/b7a60e1c-0edf-4340-89bb-dca765fdfdb1>. Acesso em: 01 jul. 2025.

CARVALHO, José Geraldo Vidigal de. **Ética na Comunicação**, in: Anais do II Simpósio Internacional de Ética: Parte II, 1995 p. 157-162.

CASTELLS, M. **A comunicação na era digital. O poder da comunicação**. 2015.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Comunicação e poder**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Da lógica editorial à lógica algorítmica da notícia. **Conexão - Comunicação e Cultura**, [S. l.], v. 18, n. 36, 2020. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/9481>. Acesso em: 01 jul 2025.

CHAFFEY, D.; ELLIS-CHADWICK, F. **Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice**. 7. ed. Pearson UK, 2019.

CHAUÍ, Marilena. *Espinosa: uma filosofia da liberdade*. 2 ed. São Paulo, Moderna, 1995.112p. (Coleção Logos)

CHOMSKY, Noam. *Requiem for the American Dream: The 10 Principles of Concentration of Wealth & Power*. New York: Seven Stories Press, 2017.

CLERWALL, Christer. Enter the Robot Journalist: User's perception of automated content. In: **Journalism Practice**, v. 8, n. 5. New York: Taylor&Francis Online, 2014.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário**. São Paulo: Ática, 1989.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 13 ed. São Paulo, Brasiliense, 1998. 109p.(Coleção Primeiros Passos, 8)

COPPIN, Ben. **Inteligência artificial**. Rio de Janeiro: LTC, 2010.

CORRÊA, E. S. **Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos**. **Organicom**, v. 2, n. 3, p. 94-111, 2005.

CORREA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 5, n. 2, p. 123–144, 2012. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i2p123-144. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matriz-es/article/view/38329>.. Acesso em: 01 jul. 2025.

COZMAN, Fábio Gagliardi. Prefácio. In: KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.

DALEN, Arjen. The Algorithms Behind the Headlines: How machine-written news re- defines the core skills of human journalists. In: **Journalism Practice**, v. 6, n. 5-6. New York: Routledge, 2012.

DEBRAY, Régis. **O Estado sedutor: as revoluções midiológicas do poder**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DEVAUX, Pierre. **Autômatos, automatismo e automatização**. Tradução Luis Borges Coelho. Lisboa: Editorial Gleba, 1964. (Coleção Horizonte, n. 3).

DI FRANCO, Almir de Oliveira. **O caso e a causa da AIDS: o que a sociedade esconde e a mídia cala**. São Paulo: Loyola, 1996.

DUMAZEDIER, Joffre. *Massas, Cultura e Lazer*. Revista Diógenes, nº 7, Universidade de Brasília, 1984, p. 17-24.

ECO, Humberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2006. ELLUL, Jacques. **A técnica e o desafio do século**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.

ERBOLATO, Mário Luiz. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição de notícias**. São Paulo: Ática, 1982.

ERBOLATO, Mário L. **Ética da comunicação**. São Paulo: Ática, 2004.

ERBOLATO, Mário. **Deontologia da comunicação social**. Petrópolis, Vozes, 1982. 242p. (Coleção Meios de Comunicação Social, 2, Série Manuais, 9)

EVANGELISTA, Rafael. **Capitalismo de vigilância no sul global: por uma perspectiva situada**. In: LAVITS | VIGILANCIA, DEMOCRACIA Y PRIVACIDAD EN AMÉRICA LATINA: VULNERABILIDADES Y RESISTENCIAS., 5., 2017, Santiago, Chile.

FÁBREGA, Rodrigo. **A inteligência artificial como aliada do pensamento criativo**. *Profuturo Education*, 9 maio 2025. Disponível em: <https://profuturo.education/pt-br/observatorio/conversacoes/a-inteligencia-artificial-como-aliada-do-pensamento-criativo/>. Acesso em: 01 jul. 2025.

FALLIS, D. **What is disinformation?** Library Trends, v. 63, n. 3, 2015.

FARIA, Maria do Carmo Bettencourt de. *Ética e Sociedade Tecnológica*. Revista Diógenes, nº 4, Universidade de Brasília, 1983, p. 09-24.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana**. Apres. Sergio Amadeu. São Paulo: Editora Oficina Raquel, 2023. 208 p.

FEENBERG, Andrew. **Between reason and experience: essays in technology and modernity**. Cambridge, MA: MIT Press, 2010.

FEENBERG, Andrew. **Transforming technology: a critical theory revisited**. New York: Oxford University Press, 2002.

FEDERAL REGISTER. **Disclosure and Transparency of Artificial Intelligence- Generated Content in Political Advertisements**. 2024. Disponível em: <https://www.federalregister.gov/documents/2024/08/05/2024-16977/disclosure-and-artificial-intelligence-generated-content-in-political-advertisements?utm>. Acesso em: 20 set. 2025.

FENATI. **IA pode reforçar crenças do usuário e limitar visão crítica, aponta estudo**. *Fenati.org*, 2025. Disponível em: <https://fenati.org.br/ia-crencas-limitar-visao-critica-aponta-estudo/>. Acesso em: 01 jul. 2025.

FIDALGO, Antônio. A resolução semântica no jornalismo online. In: BARBOSA, S. (Org.). **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã, PT: LivrosLabCOM, 2007. p. 93-102.

FIDALGO, Antonio. *Jornalismo algorítmico e os desafios éticos*. In: **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 37, 2020.

FLORIDI, Luciano et al. *AI4People—An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations*. **Minds and Machines**, v. 28, n. 4, p. 689–707, 2018.

FLORIDI, Luciano. **The Ethics of Information**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

FLORIDI, Luciano. **The Logic of Information: A Theory of Philosophy as Conceptual Design**. Oxford: Oxford University Press, 2019.

FUTURECOM. Bem-vinda, IA: agora o ser humano vai ser ainda mais relevante. *Digital Futurecom*, 2025. Disponível em: <https://digital.futurecom.com.br/tecnologia/bem-vinda-ia-agora-o-ser-humano-vai-ser-ainda-mais-relevante/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

G1. Tecnologia com alma: o papel do humano na era da Inteligência Artificial. *G1 – UniOpet Inovação*, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/uniofet/opet-inovacao-em-rede/noticia/2024/11/15/tecnologia-com-alma-o-papel-do-humano-na-na-era-da-inteligencia-artificial.gh.html>. Acesso em: 10 jul. 2025.

GABRIEL, Martha. **Educação na Era Digital: conceitos, estratégias e habilidades**. São Paulo: Editora Atlas, 2023.

GABRIEL, Martha. **Quer aprender o que é machine learning? A Martha Gabriel te ensina!** SEBRAE, 20 out. 2020.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. **A Língua Inatingível: o discurso na história e na linguística**. Campinas: Pontes, 2004.

GALLO, Silvana; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A normatização dos espaços enunciativos informatizados.** In: MARTINS, André; SCHLANG, Michelle (org.). *Discurso e produção de subjetividade: materialidades, historicidades e práticas.* São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.

GALLO, Solange Maria Leda; SILVEIRA, Juliana da. **Forma discurso de escritorialidade: processos de normatização e legitimação.** In: FLORES, Giovanna G. Benedetto (Org.). *Análise de discurso em rede: cultura e mídia.* 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017. p. 171-194.

GOMES, P. G. O Direito de Ser – *A Ética da Comunicação na América Latina.* S. Paulo: Paulinas, 1989.

GÓMEZ-DE-ÁGREDÁ, Ángel; FEIJÓO, Claudio; SALAZAR-GARCÍA, Idoia-Ana. Una nueva taxonomía del uso de la imagen en la conformación interesada del relato digital. Deep fakes e inteligencia artificial. **Profesional de la información**, [S. l.], v. 30, n. 2, 2021. DOI: 10.3145/epi.2021.mar.16. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/83076>. Acesso em: 01 jul. 2025.

GUARESCHI, P. **Comunicação e Poder.** *A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*, 10 edição, Petrópolis: Vozes, 1995. *Comunicação, Ética e Cultura Moderna. Fragmentos de Cultura*, nº 24 especial, junho de 1997, p 37-56.

GUARESCHI, P.; BIZ, O. **Mídia e Democracia.** Porto Alegre: Evangraf, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Mídia e ideologia: controle simbólico e democracia.** Petrópolis: Vozes, 1997.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e poder: a presença da mídia na vida cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HAACK, Bregtje; PARKS, Michael; CASTELLS, Manuel. The Future of Journalism: Networked Journalism. **International Journal of Communication**, v. 6, 2012.

HAN, Byung-Chul. *A sociedade da transparência.* Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital.** Petrópolis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** Tradução de Monica Costa Netto. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: neoliberalismo e as novas técnicas de poder.** Petrópolis: Vozes, 2017.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21.** Tradução de Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HARARI, Yuval Noah. **Homo Deus: uma breve história do amanhã.** Tradução de Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HARASIM, Linda. Educação online e as implicações da inteligência artificial. **Revista da FAEEBA: Educação e Contemporaneidade**, v. 24, n. 44, p. 25-39, 2015.

INDURSKY, Freda. A memória na cena do Discurso. In: INDURSKY, Freda; MITT- MANN, Solange; FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas, Sp: Mercado de Letras, 2011.

INOVA COOP. Gestão de pessoas: na era da IA, os colaboradores humanos são essenciais. *Inova Coop*, 2024. Disponível em: <https://inova.coop.br/indica/noticia/indica-noticias/gestao-de-pessoas-na-era-da-ia-os-colaboradores-humanos-sao-essenciais-226ee6a8b9a4>. Acesso em: 10 jul. 2025.

JACKSON, P. C. **Introduction to Artificial Intelligence**. Courier Dover Publications, 2019.

JAMBEIRO, O. A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos?. **Estudos de Sociologia**, v. 13, n. 24, 2008. p. 85-104.

JAMBEIRO, O. **A TV do Brasil no século XX**. 1ª ed. Salvador: EDUFBA, 2001. 206 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KNIGHT, Megan; COOK, Clare. **Social media for journalists: principles e practice**. Londres: Sage, 2013.

KURZWEIL, R. **The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology**. Penguin Books, 2022.

LAGE, Nilson. O lead clássico como base para a automação do discurso informativo. In: **Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação Intercom**, 20., 1997, Santos. Anais... Santos, SP, 1997.

LATAR, Noam. The Robot Journalism in the Age of Social Physics: The end of human journalism? In: **The New World of Transitioned Media**. Springer, 2015.

LAVITS | **Vigilancia, Democracia y Privacidad en América Latina: Vulnerabilidades y resistencias**. Santiago, Chile: Lavits, 2017. p. 243 - 253. Disponível em: <http://lavits.org/wp-content/uploads/2018/04/08-Rafael-Evangelista.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2025.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Loyola, 1998.

LEWIN, Kurt. Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; social planning and action research. **Human Relations**, v. 1, n. 2, p. 143-153, 1947.

LEWIS, Seth; USHER, Nikki. Code, Collaboration and The Future of Journalism: A case study of the Hacks/Hackers global network. In: **Digital Journalism**. Routledge Online, 2014.

LIMA, Venício A. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIVINGSTONE, S.; LUNT, P. **Media Regulation**. Sage Publications Ltd., 2011. 232 p.

LOPES, C. A. **Reflexões sobre a regulação da radiodifusão no Brasil – em busca da Lei Geral de Comunicação Eletrônica em Massa**. Brasília: Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, 2005.

LUDERMIR, T. B. Inteligência Artificial e Aprendizado de Máquina: estado atual e tendências. SciELO - Estudos Avançados, 2021.

LUTICE CRÉATIONS. Site Internet, Paris, [2000-]. Disponível em: <http://www.automates-boites-musique.com/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MACHADO, Elias. **O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2006.

MAGNOLO, Talita Souza. Imagens feitas por Inteligência Artificial:: dilemas éticos e vieses no resgate do passado. **Revista Nava**, v. 10, n. 1, 2024.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATOS, Carolina. **Mídia e política na América Latina: globalização, democracia e identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MBEMBE, Achille. **Políticas da inimizade**. Lisboa: Antígona Editores Refratários, 2017.

MESQUITA, Mário. *Percepções contemporâneas do poder dos media*, in: Revista Comunicação & Sociedade, nº 29, p. 77-105, UESP, 1998.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na web**. 2001. Disponível em: http://200.18.45.42/professores/chmoraes/comunicacao-digital/13-2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 10 jun. 2025.

MIGUEL, Luis Felipe. **A disputa pela fala jornalística: empresas, profissionais e ativistas na querela das fake news**. In: *Análise de Discurso em rede: cultura e mídia – volume 4*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2012.

MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contra-poder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

MOROZOV, Evgeny. **A robot stole my Pulitzer!: future tense**. 2012. Disponível em: http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2012/03/narrative_sci-ence_robot_journalists_customized_news_and_the_danger_to_civil_discourse_.html. Acesso em: 10 jun.

2025.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 2004.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. Publisher: Penguin Press HC, 2011. Kindle Edition.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **Delimitações, inversões, deslocamentos**. Cadernos de Estudos Linguísticos. Campinas, n. 19, p. 7-24, 1990.

PÊCHEUX, Michel. **Foi “propaganda” mesmo que você disse?** In: ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. Campinas, Sp: Pontes Editores, [1979]2011. p. 73-92. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni. P. Orlandi (et. Al) – 2. Edição – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni Orlandi. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2011. [Original de 1979].

RADFAHRER, Luli. **Inteligência artificial e o futuro da opinião pública: o ser humano é um indivíduo que analisa, debate e ajuda a formar a opinião independente**. *Rádio USP*, 27 jun. 2025. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/inteligencia-artificial-e-o-futuro-da-opinioao-publica/>. Acesso em: 01 jul. 2025.

REDU DIGITAL. **Criatividade na era da inteligência artificial: riscos ou possibilidades?** *Redu*, 2025. Disponível em: <https://redu.digital/2025/04/25/criatividade-na-era-da-inteligencia-artificial-riscos-ou-possibilidades/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

REGATTIERI, Lori. **Um ano do escândalo Cambridge Analytica: retrospectiva e o que mudou**. Media Lab: UFRJ. Rio de Janeiro, 29 mar. 2019. #dobras 25, p. 1-1. Disponível em: <http://medialabufrj.net/blog/2019/03/dobras-25-um-ano-do-escandalo-cambridge-analytica-retrospectiva-e-o-que-mudou/>. Acesso em: 31 ago. 2020.

ROHUIAINEN, L. **Inteligência Artificial: 101 coisas que debes saber hoy sobre nuestro futuro**. Alienta editorial, 2018.

ROSADO, Ana Cristina (Org.). **Inteligência Artificial e o Futuro da Comunicação**. Rio de Janeiro: Facha Editora, 2023. ISBN: 978-65-86370-24-9.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura: tecnocracia, humanismo e crítica no pensamento contemporâneo**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RTDNA. **Use of AI in Journalism**. 2024. Disponível em: <https://www.rtdna.org/use-of-ai-in-journalism/>.

journalism?utm. Acesso em: 20 set. 2025.

SAYAD, Alexandre Le Voci. **Inteligência artificial e pensamento crítico: caminhos para a educação midiática**. 1. ed. São Paulo: Palavra Aberta, 2023. Disponível em: <https://www.palavraaberta.org.br/docs/01-Palavra-Aberta-A-inteligencia-artificial-DIGITAL.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SAYAD, Alexandre Le Voci. **Inteligência artificial e pensamento crítico: caminhos para a educação midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2023.

SEBRAE. **A importância do pensamento crítico na era da Inteligência Artificial**. *Sebrae Play*, 2024. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/a-importancia-do-pensamento-critico-na-era-da-ia>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SENNETT, Richard. **O artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SERRANO, Pedro Estevam Alves Pinto. **Autoritarismo e golpes na América Latina: breve ensaio sobre jurisdição e exceção**. São Paulo: Alameda, 2013.

SIEGEL, David. **Pull – The power of Semantic Web to transform your business**. Portfolio Hardcover, 2010.

SILVA, L. S. P. da; AMÉRICO, M. Algoritmos: a fábrica de fake news e a engenharia da desinformação. **Caderno Pedagógico**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. e13803, 2025. DOI: 10.54033/cadpedv22n1-314. Disponível em: <https://ojs.studiespublicacoes.com.br/ojs/index.php/cadped/article/view/13803>. Acesso em: 01 jul. 2025.

SILVEIRA, Juliana da. **Rumor(es) e Humor(es) na circulação de hashtags do discurso político ordinário no Twitter**. 2015. 210 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Letras, Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015. Disponível em: <http://www.ple.uem.br/teses_ple.htm>. Acesso em: 24 mar. 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *A cibercultura e a nova arquitetura comunicacional: um ensaio sobre a internet, o controle do fluxo informacional e a democracia*. **Revista Famecos**, v. 22, n. 2, p. 1-17, 2015.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A sociedade controlada: capitalismo de vigilância, algoritmos e big data**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Democracia e os Códigos Invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. São Paulo: Edições Sesc, 2019. Ebook Kindle.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SORIA, C. **Convergência de mídias**. Palestra apresentada ao Seminário sobre Integração Multimídia, São Luís, 2014.

SOUZA, Renata Adriana. **O Enunciado Liberdade de Expressão em Weblogs Progressistas: produção e circulação de sentidos**. 181p. Tese. [Doutorado em Estudos da Linguagem] - Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo: A política do “nós” e “eles”**. Porto Alegre: Editora L&PM, 2018.

STATISTA. Number of digital voice assistants in use worldwide from 2019 to 2024, 2021.

STERNE, J. **Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications**. John Wiley & Sons, 2017.

SUNSTEIN, Cass R. **#Republic: Divided democracy in the age of social media**. Princeton: Princeton University Press, 2018.

THOMPSON, J. B. **A interação mediada na era digital**. *Matrizes*, v. 12, n. 3, p. 17- 44, 2018.

TRUSTING NEWS. **AI use in news: What audiences want to know and what to disclose**. 2024. Disponível em: [https://journalistsresource.org/media/ai-use-news- what-audiences-disclose/?utm](https://journalistsresource.org/media/ai-use-news-what-audiences-disclose/?utm). Acesso em: 21 set. 2025.

TURING, A. Computing Machinery and Intelligence. *Mind*, v. LIX, n. 236, p. 443-460, 1950.

VALLE, Vivian Cristina Lima López; FERNÁNDEZ RUIZ, María Guadalupe; BUTTNER, Marcielly. Fake news, influência na formação da opinião pública e impactos sobre a legitimidade da decisão pública. *A&C - Revista de Direito Administrativo & Constitucional*, Belo Horizonte, v. 24, n. 95, p. 73-97, 2024. DOI: 10.21056/aec.v24i95.1898. Disponível em: <https://revistaaec.com/index.php/revistaaec/article/view/1898>. Acesso em: 01 jul. 2025.

VIDIGAL DE CARVALHO, Maria Aparecida. **Ética na comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1995.

VIDIGAL DE CARVALHO, Álvaro. **Ética da comunicação: fundamentos e práticas**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2018.

WARWICK, K. **Artificial Intelligence: The Basics**. Routledge, 2013.

WHITE, David Manning. The “gate keeper”: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, v. 27, n. 4, p. 383-390, 1950.

ZANETTI, L. A.; LUVIZOTTO, C. K. Reflexões sobre jornalismo e algoritmos na ambiência da esfera pública midiaticizada. *Questões Transversais*, São Leopoldo, Brasil, v. 11, n. 21, 2023. DOI: 10.4013/qt.2023.1121.05. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/26172>. Acesso em: 01 jul. 2025.

ZATTAR, M. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. *Liinc em revista*, v. 13, n. 2, 2017.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

REALIZAÇÃO:

Aurum
EDITORA

CNPJ: 589029480001-12
contato@aurumeditora.com
(41) 98792-9544
Curitiba - Paraná
www.aurumeditora.com