

NOTA INTRODUTÓRIA: COMUNICAÇÃO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

INTRODUCTORY NOTE: COMMUNICATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Alberto Sá

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

Luis Miguel Pedrero Esteban

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Francisco de Vitoria, Madrid, Espanha

1. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA E SOCIAL

A inteligência artificial (IA) atingiu, em pouco tempo, um ponto sem retorno, deixando para trás a fase das expectativas para entrar na da constatação... e da consternação. Sentimentos ambivalentes têm dominado o debate sobre a centralidade da infraestrutura tecnológica na produção de informação e no apoio à tomada de decisões e ao planejamento. A IA levanta questões fundamentais sobre a natureza da cognição, da decisão e da responsabilidade, que envolvem considerações éticas, epistemológicas e ontológicas de grande relevância.

A interação entre humanos e máquinas, baseada em algoritmos e modelos generativos, coloca em xeque a exclusividade da decisão e a delegação cognitiva, questionando a centralidade do sujeito no processo de conhecimento e a responsabilidade ética derivada de sua ação. O Instituto de Tecnologia de Massachusetts publicou um estudo sobre como o uso de modelos de linguagem massiva, como o ChatGPT, afeta o cérebro e a capacidade cognitiva, apontando benefícios de uma maior conectividade neural em determinadas circunstâncias, mas também uma fluidez apenas superficial do conhecimento nos utilizadores que dependem fortemente das ferramentas de IA: aqueles que utilizam essas ferramentas conseguem uma redução significativa da carga extrínseca de trabalho, mas também se envolvem menos intelectualmente, o que afeta negativamente o desenvolvimento do pensamento crítico e a retenção a longo prazo (Kosmyna et al., 2025).

Nesse sentido, reafirmar o pensamento como exercício de existência implica, hoje, repensar as formas de comunicação e de decisão numa era de mediação tecnológica, que se manifesta de forma progressiva e em constante aceleração. Revisita-se Descartes para uma reflexão mais ampla sobre a condição humana diante das novas tecnologias. Se no “cogito, ergo sum”, a existência se ancorava no pensamento consciente e na autonomia do sujeito, já num artigo de opinião Steven J. Vaughan-Nichols (2025) destaca os riscos do deslumbramento tecnológico e da dependência excessiva de modelos proprietários. O autor questiona não apenas a sustentabilidade técnica da IA generativa, mas também

a opacidade das infraestruturas de poder que a sustentam. A ilusão de autonomia atribuída à máquina, numa configuração próxima à de uma memória-prótese, tende a invisibilizar os interesses corporativos, que enfatizam os seus próprios vieses sectoriais incorporados e as limitações estruturais desses sistemas.

Em artigo publicado na *Nature*, Shumailov et al. (2024) também alertam para a vulnerabilidade epistemológica dos grandes modelos linguísticos quando “pensam” sobre dados que eles mesmos semearam, gerando um cogito tautológico, um ciclo em que a validação resulta do próprio *output*, e não do critério humano nem do diálogo com o real. O risco é o da degeneração estatística denominada “colapso do modelo” se, no processo de treinamento, os conjuntos de dados contiverem conteúdo gerado por IA em excesso, o que introduz erros sistemáticos que ameaçam a confiabilidade da informação.

2. MEIOS DE COMUNICAÇÃO E GERAÇÃO AUTOMATIZADA DE CONTEÚDOS

Do ponto de vista da comunicação, essas evidências mostram a possibilidade de que a cadeia de produção-consumo-reprodução de conteúdos se feche sobre si mesma, perdendo-se o nutriente informativo que mantém democracias saudáveis e plurais. A implantação de sistemas de IA transformou radicalmente as rotinas de produção e distribuição de informação: a automação de conteúdos permite gerar notícias, resumos, manchetes e até reportagens de certa profundidade com uma velocidade e escala inéditas (Parrat-Fernández et al., 2024), libertando os jornalistas de tarefas repetitivas e permitindo maior dedicação à investigação e análise. No entanto, essa automação levanta questões fundamentais: a geração automática de conteúdos pode garantir a qualidade, a diversidade e a profundidade informativa exigidas por uma sociedade democrática? Até que ponto a delegação da criatividade e da narrativa a algoritmos compromete a função social do jornalismo e a pluralidade de vozes no espaço público (Fieiras-Ceide et al., 2023)? Por isso, torna-se imprescindível manter mecanismos de supervisão humana e verificação editorial, como demonstram práticas de autorregulação adotadas por vários meios internacionais, que limitam o uso da IA a tarefas complementares e exigem revisão e aprovação de qualquer conteúdo automatizado (Sánchez-García et al., 2024).

A irrupção da IA nas redações redefine o papel do jornalista, que passa de transmissor de informação a curador, analista e verificador dos dados gerados por máquinas. Essa transição impõe a assimilação de novas competências profissionais: alfabetização digital, capacidade crítica diante dos vieses algorítmicos e domínio de ferramentas de verificação automatizada. No entanto, a questão essencial é como garantir a qualidade da informação em ambientes onde a velocidade e a personalização ameaçam deslocar a profundidade e a veracidade (Flores-Vivar & García-Peñalvo, 2023).

3. IMPACTO DO ALGORITMO NO CONSUMO DE MÉDIA E NA FORMAÇÃO DE OPINIÃO

A personalização algorítmica impulsionada pelos sistemas de IA, está a alterar de forma irreversível o acesso à informação e ao entretenimento, pois consegue adaptar a oferta aos interesses e preferências de cada utilizador. Essa capacidade de segmentação

melhorou a experiência de leitores, ouvintes e/ou espectadores, mas também intensificou a fragmentação das audiências e o risco representado pelas bolhas informativas (Haim et al., 2018).

Diante da inexorável normalização dessas práticas, surge a dúvida sobre até que ponto a personalização algorítmica contribui para a pluralidade e o acesso à informação relevante ou, ao contrário, reforça a polarização e o isolamento cognitivo. Estudos cada vez mais alertam para o poder dos algoritmos de influenciar a formação de opinião e limitar a exposição a perspectivas diversas, o que tende a enfraquecer o debate público e a deliberação democrática (Thurman et al., 2019). Frente a esse desafio, defende-se a transparência na definição dos critérios de personalização e na auditoria dos sistemas algorítmicos.

Essa precaução torna-se ainda mais relevante diante da proliferação de *deepfakes*, *bots* e sistemas automatizados no espaço digital, o que representa um dos desafios mais urgentes à credibilidade e à segurança da informação. Os *deepfakes* demonstraram sua capacidade de manipular a percepção pública e minar a confiança nos média, forçando os profissionais de comunicação a adotar ferramentas de detecção e verificação cada vez mais sofisticadas.

O uso de *bots* e automação nos média sociais também levanta questões sobre a autenticidade das interações e a manipulação de tendências e debates públicos. Como distinguir a voz humana da voz automatizada? Que mecanismos de controlo e transparência podem ser implementados para garantir a integridade do espaço digital? A solução está no desenvolvimento de sistemas de auditoria, na colaboração interdisciplinar e na promoção de uma cultura de verificação e pensamento crítico entre os públicos.

4. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E CRIATIVIDADE NAS PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO

Nos últimos dois anos, a IA generativa abriu novas possibilidades criativas no jornalismo, na publicidade, na comunicação estratégica e na produção audiovisual. Ferramentas como geradores de texto, imagem e vídeo permitem hoje explorar narrativas inovadoras e experimentar formatos imersivos e interativos. No entanto, essa criatividade assistida por máquinas levanta questões sobre autoria, originalidade e valor social dos conteúdos produzidos por IA.

A criatividade algorítmica pode substituir a intuição, a sensibilidade e o julgamento humanos? Como se negociam os direitos autorais e a atribuição em obras geradas de forma colaborativa entre humanos e máquinas? Segundo a literatura académica, a resposta reside em conceber a IA como ferramenta de apoio e potencialização, não como substituta do engenho humano. O desafio é encontrar um equilíbrio que permita aproveitar o potencial inovador da IA sem sacrificar a autenticidade e a relevância cultural da comunicação.

A evolução da interação humano-máquina impulsionada pela IA também deu origem a experiências imersivas que transformam a relação entre emissores e recetores. Agentes conversacionais, assistentes virtuais e ambientes de realidade aumentada e virtual redefinem as formas de participação, aprendizagem e entretenimento. Essas

tecnologias abrem oportunidades para uma comunicação mais personalizada, interativa e eficiente, mas também exigem uma reflexão crítica sobre os limites da automação e o risco de despersonalização das relações comunicativas.

Como garantir que a mediação tecnológica potencialize, e não debilite, a agência e a autonomia dos sujeitos? Que papel devem desempenhar a empatia, a ética e a responsabilidade social no desenho de experiências comunicativas mediadas por IA? Tais respostas só podem ser extraídas de marcos éticos e normativos que priorizem o respeito à dignidade humana, à inclusão e à diversidade cultural (Descampe et al., 2022), considerando ainda a especificidade desses marcos em função dos canais e dispositivos de distribuição e acesso (Pedrero-Esteban & Pérez-Escoda, 2022).

5. PERGUNTAS EM ABERTO E HORIZONTES DE INVESTIGAÇÃO

Diante do avanço da IA e da centralidade das infraestruturas tecnológicas na comunicação, também emergem formas de resistência e apropriação crítica por parte de comunidades e movimentos sociais. Essas práticas buscam questionar o tecno-solucionismo e promover uma transição justa, orientada para o bem comum e para o fortalecimento dos direitos coletivos. Iniciativas como a auditoria cidadã de algoritmos, a promoção de tecnologias abertas e a reivindicação da “descompactação” — a recusa da dependência de infraestruturas opacas e centralizadas — ilustram a capacidade da sociedade de negociar, resignificar e reorientar o desenvolvimento tecnológico em função de seus próprios interesses e valores.

A IA na comunicação levanta mais perguntas do que respostas definitivas. Como garantir a transparência, a equidade e a responsabilidade na automação da informação? De que maneira a regulação pode acompanhar a inovação sem sufocar a criatividade e a pluralidade? Que competências e valores devem cultivar os profissionais da comunicação para liderar uma transição ética e sustentável rumo ao futuro digital?

Esta edição monográfica convida a uma reflexão plural e situada sobre esses desafios, propondo um diálogo interdisciplinar que combine o rigor acadêmico com o compromisso social. Os artigos aqui reunidos pretendem oferecer contribuições que problematizam criticamente o papel da IA nos ecossistemas comunicativos contemporâneos, abordando temas como a produção automatizada de conteúdos jornalísticos, os mecanismos de vigilância algorítmica, as interações com agentes conversacionais, os desafios da regulação e da transparência, ou mesmo as formas emergentes de resistência e apropriação crítica da IA por parte das comunidades. Mais do que uma celebração das inovações tecnológicas, propomos um espaço de problematização crítica, onde a centralidade da condição humana não seja eclipsada, mas antes renegociada à luz das transformações em curso.

O tema da mediação tecnológica da memória já não é recente, mas os avanços atuais impõem novas abordagens, como a do artigo “A “Fantástica” (Re)Construção do Passado: Uma Análise Sobre Memória e Inteligência Artificial na Série *Fantástico* — 50 Anos”, de Mario Abel Bressan Júnior e Ana Paula Bazi, que nos ajudam a “compreender como a inteligência artificial atua como mediadora na preservação e redefinição de

narrativas históricas, avaliando a sua relevância para a simplicidade, praticidade e impacto simbólico na construção da memória coletiva” (p. 1), bem como a sua influência na credibilidade do jornalismo.

Também aplicado ao campo específico do jornalismo, um dos domínios mais sensíveis à integração da IA, o artigo de João Canavilhas, “Tecnologia do Desassossego: O Jornalismo Humano Deve Sentir-se Ameaçado Pela Inteligência Artificial?”, reflete sobre a penetração desta tecnologia nas práticas comunicacionais contemporâneas, apontando para o risco de substituição do trabalho humano por modelos automatizados, e a consequente erosão da autoridade, criatividade e responsabilidade ética associadas ao jornalismo enquanto prática socialmente reconhecida e regulada. Mas, sugere, num ecossistema digital cada vez mais automatizado, os atributos humanos da criatividade, da empatia e da ética permanecem não replicáveis por modelos generativos.

O artigo “A Inteligência Artificial Como Novo Campo das Interações Entre Humanos: Uma Crítica à Produção de Conhecimento”, de João Francisco Pinho e Fernando Bessa Ribeiro, alerta-nos para a centralidade crescente da IA e para as transformações profundas que esta tecnologia tem vindo a introduzir na produção de informação, nas relações interpessoais e nos processos de decisão. O excerto critica, de forma pertinente, a aplicação imprecisa de conceitos como “comunicação”, “consciência”, “criatividade” ou “conhecimento”, sem que se proceda à devida contextualização histórica e epistemológica dessas categorias, e enfatiza a materialidade das bases de dados e o modo como estas se alimentam de conteúdos humanos, muitas vezes extraídos sem consentimento ou remuneração, numa visão cética da sociedade capitalista contemporânea.

O artigo de Bruno Rodolfo, “Implicações Éticas das Tecnologias de Inteligência Artificial: Direitos Autorais, Privacidade, Segurança e Regulação” aprofunda a vertente normativa e ética, trazendo à liça as dimensões tecnopolíticas cruciais da regulação, da proteção de direitos e da responsabilização institucional. O verdadeiro desafio não é tão só o do avanço tecnológico, mas também da esfera política, ética e epistemológica, pelo que importa ressaltar estratégias que atendam aos direitos de autor, à privacidade, à segurança e à regulação, o que exige esforços coordenados entre governos, sector privado e sociedade civil.

O artigo “Inteligência Artificial e Notícias: Oportunidades, Tendências e Desafios - Uma Revisão Sistemática da Literatura”, de Catarina Feio e Lúcia Oliveira, propõe-nos um quadro reflexivo sobre o jornalismo como um campo de experimentação intensiva da IA, onde os desafios éticos, técnicos e sociais se cruzam com especial pertinência. Com base numa revisão sistemática da literatura entre 2020 e 2024, são mapeados os principais subtemas que dominam o debate académico sobre IA e jornalismo, como a “criação de conteúdos, a curadoria algorítmica, o envolvimento do público e as implicações regulatórias” (p. 1). O jornalismo configura-se como espaço privilegiado de análise das transformações comunicacionais surgidas com o advento da IA, o que revela a dupla natureza do jornalismo como “simultaneamente ferramenta de inovação e fonte de disrupção” (p. 20).

O artigo de Tiago Salgado, Natália Cortez e Daniel Ribeiro, “Aspectos Representacionais das Imagens Geradas por Inteligência Artificial: Semiose, Autorreferencialidade e Metassíntese” situa a reflexão sobre a IA no domínio das dinâmicas representacionais e da

produção imagética. Esta abordagem analisa as imagens sintéticas geradas por IA como produtos de processos autorreferenciais e estatisticamente previsíveis, contribuindo de modo mais técnico e conceptual para a crítica à opacidade dos sistemas automatizados, que conduzem potencialmente a uma erosão da diversidade semiótica e a um afastamento da representação do real.

O artigo “Inteligência Artificial Generativa na Produção de Média. O Papel Emergente do Artista de Inteligência Artificial em Espanha”, de Sonia Dueñas Mohedas e Francisco Jiménez Alcarria, traz-nos uma perspetiva empírica e situada sobre a integração da IA generativa nas indústrias criativas, com ênfase na área do audiovisual, especialmente em géneros como o videoclipe ou a ficção científica, onde a construção de atmosferas oníricas e realidades sintéticas se torna desejável. A figura emergente do artista de IA é evidenciada por desafiar a dicotomia simplista entre humano e máquina, mostrando que o uso eficaz da IA depende da intervenção criativa, crítica e especializada de profissionais humanos. Neste sentido, é evidenciado o potencial da articulação entre estas ferramentas enquanto novas possibilidades de expressão artística no domínio da criação audiovisual, discutindo-se um cenário de integração complexa, em que os artistas atuam sobre os parâmetros (como os LoRAs) e configuram o comportamento dos modelos para alcançar resultados estéticos singulares. A IA, neste contexto, torna-se extensão técnica da criatividade humana, sem, no entanto, substituir o seu papel deliberativo.

Em “Ética Jornalística na Era da Inteligência Artificial: Rumo a uma Atualização dos Códigos Deontológicos no Contexto Ibero-Americano”, Ingrid Viviana Estrella Tutivén e Cristina Garde Cano revelam-nos uma importante extensão normativa, epistemológica e prática, ao introduzir uma reflexão aprofundada sobre a ética jornalística face aos desafios colocados pela IA e, em particular, sobre a necessidade urgente de atualização dos códigos deontológicos na era algorítmica. Com efeito, no campo específico do jornalismo, esta deslocação ameaça comprometer valores intemporais da prática comunicacional responsável, tais como a verdade, a justiça, a liberdade e a responsabilidade. Ao demonstrar que os códigos deontológicos em vigor não foram concebidos para contemplar os impactos da IA, o artigo articula uma das questões-chave do atual panorama, ao alertar para o descompasso entre os avanços tecnológicos e os marcos normativos e éticos que deveriam orientá-los, e apela por condições estruturais que preservem a integridade da comunicação pública no contexto de uma profunda reconfiguração tecnológica.

Com perspetivas diversas, os trabalhos que se reúnem neste volume temático dão conta de uma realidade cujo alcance estará ainda por conhecer integralmente. Serão, ainda assim, um contributo para refletir sobre os desafios que a tecnologia coloca hoje não apenas às profissões e às atividades de comunicação, mas também à pesquisa científica neste domínio.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do financiamento do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) 2025-2029.

REFERÊNCIAS

- Descampe, A., Massart, C., Poelman, S., Standaert, F. X., & Standaert, O. (2022). Automated news recommendation in front of adversarial examples and the technical limits of transparency in algorithmic accountability. *AI & Society*, 37(1), 67–80. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01159-3>
- Fieiras-Ceide, C., Vaz-Álvarez, M., & Túniz-López, M. (2023). Designing personalisation of European public service media (PSM): Trends on algorithms and artificial intelligence for content distribution. *Profesional de la Información*, 32(3), Artigo e320311. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.11>
- Flores-Vivar, J.-M., & García-Peñalvo, F. J. (2023). Reflections on the ethics, potential, and challenges of artificial intelligence in the framework of quality education (SDG4). *Comunicar*, 31(74), 37–47. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-03>
- Haim, M., Graefe, A., & Brosius, H. B. (2018). Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google news. *Digital Journalism*, 6(3), 330–343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>
- Kosmyna, N., Hauptmann, E., Yuan, Y. T., Situ, J., Liao, X.-H., Beresnitzky, A., Braunstein, I., & Maes, P. (2025). *Your brain on ChatGPT: Accumulation of cognitive debt when using an AI assistant for essay writing task*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.08872>
- Parrat-Fernández, S., Rodríguez-Pallarés, M., & Pérez-Serrano, M. J. (2024). Artificial intelligence in journalism: An automated news provider. *Index Comunicación*, 14(1), 183–205. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Artifi>
- Pedrero-Esteban, L. M., & Pérez-Escoda, A. (2022). Democracia y digitalización: Implicaciones éticas de la IA en la personalización de contenidos a través de interfaces de voz. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 26(2), 1–24. <https://doi.org/10.6035/recerca.4666>
- Sánchez-García, P., Díez-Gracia, A., Repilado Mayorga, I., & Jerónimo, P. (2024). Media self-regulation in the use of AI: Limitation of multimodal generative content and ethical commitments to transparency and verification. *Journalism and Media*, 6(1), Artigo 29. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010029>
- Shumailov, I., Shumaylov, Z., Zhao, Y., Papernot, N., Anderson, R., & Gal, Y. (2024). AI models collapse when trained on recursively generated data. *Nature*, 631, 755–759. <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07566-y>
- Thurman, N., Lewis, S. C., & Kunert, J. (2019). Algorithms, automation, and news. *Digital Journalism*, 7(8), 980–992. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1685395>
- Vaughan-Nichols, S. J. (2025, 27 de maio). *Some signs of AI model collapse begin to reveal themselves*. The Register. https://www.theregister.com/2025/05/27/opinion_column_ai_model_collapse/

NOTAS BIOGRÁFICAS

Alberto Teixeira de Sá é professor auxiliar no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. É membro integrado no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, onde tem desenvolvido investigação, com abordagem interdisciplinar, sobre as dinâmicas da mediação sociotecnológicas na memória cultural e coletiva, com especial enfoque nos arquivos dos média e na preservação digital (tema central da tese de doutoramento). Os seus interesses de estudo estendem-se também à história urbana medieval, área em que desenvolveu dissertação de mestrado, mas também às tecnologias da memória e ao património cultural, à análise de redes sociais

e à visualização de dados aplicado ao jornalismo, em particular na relação com os assuntos de saúde. Tem integrado projetos de investigação científica, com financiamento, destacando-se o projeto *Audire* e o projeto *MigraMediaActs*, e coordena o evento “Curtas CC”, uma iniciativa pedagógica e cultural. Presentemente, é “general chairman” da conferência internacional “Artech 2025”. Entre os seus trabalhos publicados incluem-se capítulos de livro, artigos em revistas científicas com revisão por pares e comunicações em conferências internacionais, com enfoque na relação entre comunicação, memória e arquivo digitais, *media arts* e audiovisual e multimédia. Tem desempenhado diversas funções de gestão universitária: atualmente é diretor do mestrado em *Media Arts*, tendo exercido outros cargos de direção da licenciatura e de direção adjunta de departamento. Tem lecionado diversas unidades curriculares, de licenciatura, mestrado e doutoramento, na área do audiovisual e multimédia e das *media arts*, com orientação e supervisão científica de estudantes.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8367-9404>

Email: albertosa@ics.uminho.pt

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, 4710-057 Gualtar, Braga, Portugal

Luis Miguel Pedrero Esteban é jornalista, professor e investigador na Universidade Francisco de Vitoria, onde coordena o grupo de investigação Media MIND (Meios de Comunicação, Inovação e Cultura Digital). Foi redator de notícias e argumentista de programas na Cadena SER, Cadena COPE e LOS40, e consultor na Kiss FM, Atresmedia e várias empresas regionais de rádio e televisão. É professor convidado em várias universidades de Espanha e da América Latina. É autor de mais de 100 artigos e capítulos de livros sobre comunicação e meios de comunicação, especialmente rádio e áudio, entre os quais se destacam *La Radio Musical en España* (A Rádio Musical em Espanha); *La Transformación Digital de la Radio* (A Transformação Digital da Rádio) e *Cartografía de la Comunicación Postdigital* (A Cartografia da Comunicação Pós-Digital). Codirige os projetos *ESCUHAD.es* (sobre a indústria do áudio digital em Espanha) e *AUDIO CONSENTIDO* (conceção de um código de orientação por idades para o podcast). Fez parte do júri dos Prémios Ondas de rádio e podcast, dos Prémios Gabo, dos Prémios Produ e dos prémios iVoox. É coeditor da AudioGen, uma *newsletter* sobre áudio em espanhol, e membro do conselho de administração da Sociedade Espanhola de Jornalismo.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4949-2360>

Email: luismiguel.pedrero@ufv.es

Morada: Ctra. Pozuelo, Km. 1, 800, 28223 Majadahonda, Madrid, Espanha



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.