Hackathon em Comunicação

Chat & Bot

18 Nov.
10h-13h
Universidade Fernando Pessoa

+INFO

Híbrido • Entrada gratuita com inscrição obrigatória



VALUEbot · UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA · CIRCOM UVIGO CHAIR · USC · novosmedios

CÁTEDRA RTVE-USC · GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN · FAKE LOCAL

"Mapa de la Desinformación en las Comunidades Autónomas y Entidades Locales de España y su Ecosistema Digital (FAKE Local)"
Ref. PID2021-124290OB-I00

VALCOMM · MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

PROGRAMA

Hackathon de Comunicación - CHAT & BOT: HABLANDO DEL IMPACACTO DA IA NA COMUNICAÇÃO

Data: 18 de novembro de 2024

Local: Híbrido – Salão Nobre UFP e Online (Zoom - https://videoconf-colibri.zoom.us/j/98189937982 e Youtube - @UFP_LabRadio)

HACKATHON EM COMUNICAÇÃO – CHAT & BOT CONVERSA SOBRE O IMPACTO DA IA NA COMUNICAÇÃO

		Oradores
09h30	**Inauguração**	Patrícia Weber e Miguel Túñez
09h40	*Apresentação Projeto VALUEbot*	Iaac Maroto
09h50	*Apresentação Projeto FAKELocal*	Uxia Seijas e José Rúas Araújo
10h00	*O desenvolvimento de tecnologias avançadas em alta definição no âmbito das cátedras das RTVE*	José Manuel Menéndez
	Palestra BOTS como atores da desinformação	
	10h10 às 11h15 - Sessão Livre Online 1	
10h10	*Os desafios da Escola no século XXI no combate às fakes news*	Joana Nogueira
10h20	*Aprehender 'de y con' la IA. Una propuesta de innovación docente aplicada a la enseñanza patrimonial*	Noemi Berenger
10h30	*Comunicação & Inteligência Artificial: implicações nas informações noticiosas*	Nivaldo Oliveira e Andréia de Oliveira
10h40	*Jornalismo e GPT novo paradigma na formação jornalística?*	João Carvalho
10h50	*A relevância das redes de _bildung_ dentro da formação jornalística no contexto de ascensão dos instrumentos de tutoria (I.A.)*	Bruno Bandeira
11h00	**Debate**	
11h15	**Pausa**	
	11h30 às 12h45 - Sessão Livre Online 2	Martín Álvarez
11h30	*Televisión pública y estrategias de contenidos en redes sociales. Un análisis comparativo entre RTBF, RTVE y BBC*	Juan Manuel Prieto Arosa
11h40	*Variables para la obtención de indicadores de rendimiento interno en las redacciones de informativos de las televisiones públicas*	Carlos García-Verdugo Peralta
11h50	*Uso de chat bots en las revistas científicas. El caso de index.comunicación*	Fernando Sánchez Pita
12h00	*Inteligência artificial (IA) como tema de pesquisa do momento*	Tadiane Popp
12h10	*Entre normas e regulamentos: a regulação da IA nas Práticas Jornalísticas*	Ana Santos
12h20	*A Inteligência Artificial não existe: considerações sobre regulação e Big Techs*	Renato Essenfelder
12h30	*Debate*	

12h45	**Encerramento**	**Patrícia Weber e Miguel Túñez**

Resumos das Comunicações

10h10 às 11h15 - Sessão Livre Online 1

Moderação: Miguel Trigo

Joana Nogueira	**Os desafios da Escola no século XXI no combate às fakes news**

A escola do século XXI, depara-se com uma avalanche de entrada das novas tecnologias que não pode fazer marcha atrás. Para tal, os professores viram-se confrontados com novos métodos de ensino e ao uso de novas tecnologias que até então não estavam habituados. Mas, nem todos os dias escolares são fáceis devidos a falsas notícias que se espalham de forma rápida, afectando tanto a opinião da comunidade escolar quanto o comportamento individual de cada aluno. Os alunos desta nova era, tornaram as redes sociais como as suas primeiras fontes de conhecimento sendo estas um terreno fértil para a propagação de fake news. As escolas, enfrentam dificuldades em combater o uso correto destes canais de comunicação. Então, a estratégia pode passar pela sensibilização do uso das mesmas de forma responsável, ajudando desta forma a que os alunos se tornem "consumidores" responsáveis destes meios. Neste contexto, a escola desempenha um papel fulcral na formação de jovens conscientes sobre os perigos da desinformação. Cabe à escola além de ensinar e transmitir conteúdos, estar atenta na identificação de falsas notícias e de ajudar a identificar fontes credíveis. Através de jogos e atividades práticas simples o professor pode incentivar os seus alunos a confrontar notícias falsas de forma construtiva e informada. Pode ainda envolver-se os alunos em projetos de pesquisa e sua discussão assim como a utilização de tecnologias digitais para ajudar na verificação de fatos são algumas das estratégias eficazes para ajudar os alunos a se protegerem contra a desinformação. Educar de forma informada contribuirá para que os alunos desenvolvam um pensamento mais crítico, analisando a qualidade da informação e o impacto das mensagens. Tudo isto, irá fazer com que sejam mais conscientes reconhecendo a importância de estar bem informados e munidos de informação fiável para a construção do seu conhecimento e de um mundo melhor.

Palavras chave: Alfabetização Mediática, Literacia Digital, Escola, Fakes News

Noemi Díaz Rodríguez	**Aprehender 'de y con' la IA. Una propuesta de innovación docente aplicada a la enseñanza patrimonial.**

La siguiente propuesta comunicación emana de una sesión práctica realizada con los 43 alumnos de la asignatura Historia y Concepto de Patrimonio Cultural, impartida en el primer año de los grados en Historia del Arte e Historia de la Música de la Universidad de Oviedo. El alumnado, a partir de la explicación del concepto de los "lieu de memorie" de Pierre Nora, debía emplear las herramientas de Inteligencia Artificial generativa (en este caso, de imágenes) para construir sus propios ejemplos representativos del patrimonio, fuese el de su entorno inmediato (asturiano) como español o mundial. Con esta base, esta comunicación se dedica al análisis de los resultados obtenidos, representativos de las consideraciones estudiantiles previas sobre la consideración patrimonial materializada en imágenes prototípicas, ahora, nuevos entornos memoriales, así como cuestionarse la veracidad y validación de las nuevas herramientas digitales en este campo.

Palabras clave: Inteligencia Artificial, Patrimonio, Lugares de memoria, Cultura, Inmaterial

Nivaldo Pereira de Morais Júnior e Andreia Magalhães

Comunicação & Inteligência Artificial: implicações nas informações noticiosas

A comunicação é o canal para que o mundo se relacione e esse caminho se dá por meio das informações que são cambiadas entre emissores e receptores de diferentes contextos, culturas, formações, regiões etc. Ao mesmo tempo, o mundo vive um momento de movimento e a inteligência artificial (IA) é um sistema dinâmico nessa transformação. Sendo assim, essa pesquisa teve seu entusiasmo na investigação objetiva na busca de identificar se jornalistas, estudantes de jornalismo e estudantes de outras áreas de conhecimento conhecem a inteligência artificial (IA), a usam e se entendem que há benefícios desse instrumento na construção da comunicação para formação de informações noticiosas. Os resultados desse estudo identificaram que a Inteligência Artificial não substituirá a inteligência humana, contudo permeará tanto o jeito de fazer comunicação quanto de receber as informações noticiosas.

Palavras chave: Inteligência Artificial, Ensino de Jornalismo, Notícia

João Luis de Pinho Carvalho

Jornalismo e GPT novo paradigma na formação jornalística?

A relação entre tecnologia e jornalismo sempre se mostrou complexa. Por um lado, tudo parece mudar na dinâmica do jornalismo quando as tecnologias são adotadas nas novas rotinas de produção; por outro, há quem afirme (Pinto, 2009; Dines, 2009) que a essência técnica-ética jornalística não muda. Jornalismo se faria com a mente e não com suportes físicos. Porém, a cada nova tecnologia da comunicação, não apenas se tensiona o que é e pode o jornalismo, mas se recoloca o que é e como ensinar Jornalismo. Lendo os relatos de uma série de documentos acadêmicos burocráticos e normativos sobre o ensino de jornalismo superior no Brasil, foi possível notar (Carvalho, 2021) como as novas tecnologias trouxeram novas disciplinas e técnicas, e dúvidas sobre sua legitimidade enquanto área do jornalismo (Pena, 2005). As mudanças anteriores, porém, possibilitavam a diferenciação entre suporte, tecnologia, técnicas e jornalismo. O que se entende como jornalismo é feito através, e não pelas tecnologias. Elas são suporte. Em certa dimensão, aos egressos cabe aprender a realizar um "raciocínio jornalístico" em diversas mídias, canais ou plataformas. Parte deste raciocínio seria criar relações e conexões entre símbolos políticos, econômicos, culturais e sociais e traduzi-los para os parâmetros de linguagem de cada tecnologia. Encaixar, de forma simplificada, as complexas dinâmicas socio-simbólicas em leituras rápidas e diretas. Este gesto colocaria o jornalismo na categoria de economia criativa, cujo valor é uma abstrata ação intelectual. Porém, a Inteligência Artificial (IA) de modo GPT (Generative Pre-trained Transformer) parece colocar em questão esta percepção de divisão do jornalismo e seu ensino entre materialidade (técnica e tecnologia) e abstração (técnica e raciocínio). Pois ela parece revelar uma padronização e automatização no modo de se pensar as operações jornalísticas. Neste sentido, esta tecnologia se tornaria também menos uma ruptura do fazer jornalístico e mais uma ferramenta de eficiência industrial (Simondon, 1989). Pelo pouco tempo de adoção ampla da IA GPT, podemos apenas afirmar que o exposto nestas poucas linhas se trata apenas de uma hipótese com poucos indícios. São resultados das primeiras experiências com a tecnologia no ensino de jornalismo em uma escola de ensino superior privada do Brasil. Mas as experiências em trabalhos práticos e teóricos têm sido menos de ferramenta e mais de uma plataformização do raciocínio jornalístico. Notamos que, na maior parte dos casos, discentes e docentes utilizaram as ferramentas para construção de correlações entre conceitos em questões teóricas e até mesmo da básica notícia jornalística. Houve uma experiência que fugiu deste esquema, com o uso de IA para criação de podcasts com "entrevistas" com figuras históricas, e que levaram a discussões éticas e técnicas interessantes. Estamos diante de uma força que irá nos obrigar, talvez, a reformular o jornalismo, de uma formação pautada por padrões técnicos industriais e de uma identidade de jornalista "técnico-científico" para um "estético-político".

Palavras chave: Ensino, Jornalismo, Inteligência artificial; Técnico-cientifico, Estético político**.**

Bruno Bandeira

A relevância das redes de 'bildung' dentro da formação jornalística no contexto de ascensão dos instrumentos de tutoria (I.A.)

A formação intelectual e profissional do jornalista no século XX no Brasil ocorria dentro de diversas práticas distintas que iam desde autodidatas até a cursos criados dentro do contexto acadêmico nas recém-constituídas Universidades Federais. As constituições enquanto intelectuais na primeira metade do século XX é marcada pelo intenso diálogo entre escritores, além do intenso debate político, registrado em epístolas. Neste sentido, é possível perceber a importância das relações interpessoais na constituição intelectual dos sujeitos através de diversas fontes históricas como no caso particular das cartas. Entre as cartas trocadas por escritores do período, percebemos por meio de um jornalista em particular, Clóvis Moura, a prática do que Ricardo Benzaquen Araújo apontou como redes de bildung, ou auto-cultivo na acepção do termo. A noção apresentada pelo autor destaca que ao longo do século XIX e XX houve práticas que associavam relações de amizade com relações de formação acadêmica e práticas de escritas entre sujeitos, desembocando em uma construção gradual e sistemática de uma trajetória intelectual. A despeito deste conceito, atualmente está em curso o que vem sendo apresentado pelos Intelligent Tutoring Systems (ITS's), práticas de tutoria baseadas em um sistema de coordenação entre estudante e softwares de Inteligência Artificial (I.A.). Dessa forma, é objetivo desta apresentação debater acerca das proximidades e distanciamentos, assim como evidenciar as vantagens e desvantagens entre estas duas formas distintas de alteridades na formação profissional e intelectual de jornalistas, destacando os limites apresentados na utilização da Inteligência Artificial (I.A.) nos meios educacionais atuais. Serão utilizados como recursos metodológicos o conceito de bildung apresentado originalmente DUMONT (1911), mas desenvolvido por ARAÚJO (2019), assim como os teóricos clássicos do estudo das I.A.s como RUSSEL e NORVIG. Por fim, quanto aos aspectos educacionais envolvendo softwares de tutorias, é importante apresentar as intercorrências com os diálogos de BOULEY (2023), POZZEBON (2023) e GOODFELLOW (2015). Ao final encontramos como respostas parciais aos questionamentos a percepção dos limites inerentes à substituição da tutoria em formato bildung em razão da ascensão da tutoria modal baseada na interação entre sujeito e software. A principal justificativa percebida para o processo indica a redução de custos como ponto essencial para a troca de plataformas presenciais em detrimento das virtuais, gerando prejuízos educacionais na formação jornalística.

Palavras-Chave: Inteligência Artificial; Formação jornalística; Redes de Bildung.

11h30 às 12h45 - Sessão Livre Online 2

Moderação: Martín Váz-Alvaréz

Juan Manuel Prieto Arosa	**Televisión pública y estrategias de contenidos en redes sociales. Un análisis comparativo entre RTBF, RTVE y BBC**

La digitalización ha impulsado a los medios de servicio público a expandir su presencia en redes sociales para alcanzar audiencias jóvenes, particularmente a la Generación Z, que demanda acceso instantáneo, control de contenido y experiencias interactivas. Este estudio examina cómo tres televisiones de servicio público europeas como la Radio Télévision Belge de la Communauté Française (RTBF), Radio Televisión Española (RTVE) y British Broadcasting Corporation (BBC) adaptan sus estrategias de contenido en redes sociales para mantenerse relevantes, atraer a la juventud y cumplir su misión de servicio público en el entorno digital. La transformación digital ha llevado a la RTBF, BBC y RTVE a adaptarse al entorno digital en un contexto de competencia global y multiplataforma (Iosifidis, 2011). La adopción de redes sociales y algoritmos les permite conectar con audiencias jóvenes, manteniendo su misión de servicio público (Karadimitriou & Papathanassopoulos, 2024). Esta estrategia es crucial para captar a la Generación Z, que valora el acceso inmediato a contenidos digitales y el control mediático (Costera-Meijer, 2023). Al adaptar su contenido para plataformas sociales, estas emisoras pueden responder a la demanda de interactividad y personalización de esta generación (Doyle, 2010). La BBC, RTVE y RTBF entienden la importancia de diversificar su oferta en varias plataformas para llegar a audiencias que consumen contenidos desde dispositivos móviles y prefieren experiencias personalizadas (Sehl et al., 2016). El estudio emplea un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo para evaluar las estrategias de comunicación en redes sociales de TARMAC (RTBF), BBC Three (BBC) y Playz (RTVE). La muestra está compuesta por las publicaciones en Instagram y TikTok de estas cuentas durante el mes de octubre de 2024, permitiendo analizar cómo adaptan su estrategia para captar la atención de la audiencia joven en estas plataformas. Esta investigación revela que, aunque existen diferencias en el enfoque de cada emisora, todas enfrentan el desafío de atraer a una generación que busca control y personalización en su experiencia mediática. Al mismo tiempo, las emisoras deben evitar caer en la banalización y tendencias sociales de su contenido para mantener la objetividad y el rigor que caracterizan su misión de servicio público. En conclusión, el estudio destaca cómo la RTBF está logrando adaptarse a las dinâmicas de consumo de la Generación Z en redes sociales al generar contenidos exclusivos en estas plataformas, lo que le permite mantener su relevancia como referente informativo y educativo. Por otro lado, RTVE y BBC han decidido ajustar sus contenidos digitales, modificando la manera en que se distribuyen a través de diversas plataformas, además de crear contenido basado en eventos para las redes sociales. Este cambio conlleva una reconfiguración en la forma en que presentan y difunden sus producciones para que vayan a sus plataformas, con el objetivo de adaptarse a las nuevas preferencias de consumo digital de la audiencia juvenil. Estos hallazgos ofrecen perspectivas valiosas para otros medios de servicio público en Europa que buscan consolidar su presencia digital y conectar con audiencias jóvenes en un contexto marcado por la fragmentación y el consumo inmediato de contenidos.

Palabras clave: Digitalización, PSM, Audiencias Jóvenes, Redes Sociales, Contenidos Digitales.

Carlos García-Verdugo Peralta	**Variables para la obtención de indicadores de rendimiento interno en las redacciones de informativos de las televisiones públicas**

Las televisiones disponen de indicadores que les ayudan a interpretar sus resultados. Estos se refieren habitualmente a factores externos que, en muchos casos, están directamente vinculados a las mediciones de audiencia, considerada todavía como uno de los indicadores fundamentales que permiten valorar la confianza que la ciudadanía deposita en los medios de comunicación públicos (Rodríguez-Vázquez; Direito-Rebollal, 2018). Los indicadores que ayudan a entender los rendimientos internos, o indicadores clave de rendimiento (KPI) son muy escasos y cuando existen, en la mayoría de las ocasiones, se centran en identificar incidencias técnicas y en determinar qué objetivos se estén consiguiendo en la organización (Badawy et al., 2016; Antunes da Silva y Borsato, 2017). En el barrido de medios públicos efectuado en este estudio no se han identificado indicadores internos estandarizados que se centren en el rendimiento y en la gestión de las tareas dentro de las redacciones de informativos de televisiones públicas. El objetivo de este estudio es identificar variables válidas y comunes para todas las televisiones públicas que permitan elaborar informes de rendimiento interno basados en parámetros relacionados con la gestión de tareas en lasredacciones de informativos de las televisiones públicas. Para ello, se aplica una metodologia cualitativa basada en el análisis de contenido y en la realización de encuestas a los directivos y jefes de redacción de las radiotelevisiones públicas autonómicas españolas. Para obtener la información relevante de los redactores de informativos de las televisiones públicas, se há elaborado un cuestionario, testeado previamente por distintos jefes de redacción. A partir de los datos recogidos, se aplican técnicas estadísticas que permiten estudiar la coherencia interna de los cuestionarios y confirmar su validez. Los primeros resultados del cuestionario muestran que hay variables comunes cuya obtención es factible y que pueden ayudar a elaborar informes útiles y estandarizados de rendimiento interno relacionados con la gestión de tareas que se desarrollan en las redacciones de informativos de los Sistemas de Medios Públicos (MSP). Identificadas las variables, se podrán elaborar informes estandarizados en todas las corporaciones, que les ayude a los directivos en la toma de decisiones para corrigir o mejorar estrategias en la distribución del trabajo dentro de las redacciones de informativos.

Palabras clave: Indicadores de rendimiento; Redacción de informativos; Elaboración cuestionario; Análisis de contenido

Fernando Sánchez Pita	**Uso de chat bots en las revistas científicas. El caso de index.comunicación**
Resumo	

Tadiane Regina Popp **Inteligência artificial (IA) como tema de pesquisa do momento**

As inovações tecnológicas desde a Revolução Industrial no século XVIII, até Inteligência Artificial (IA) tem se inserido de forma transformadora na sociedade contemporânea. Em uma era de convergência informacional e comunicacional, os avanços da IA têm se mostrado exponenciais, impactando todos os setores sociais. Este desenvolvimento pode ser traçado através de dois marcos históricos significativos: primeiramente, as contribuições seminais de Alan Turing em 1936 e 1950, que estabeleceram os fundamentos da computação moderna, ciências cognitivas e IA. O segundo marco em 2024, com o Prêmio Nobel de Física concedido a John J. Hopfield e Geoffrey E. Hinton por suas descobertas no desenvolvimento do aprendizado de máquina através de redes neurais artificiais que simulam o funcionamento cerebral. (Soares, 2024) Comum entre os dois marcos apresentados, a pesquisa científica se apresenta aqui como principal presença em avanços com e para a IA. A base Scopus evidencia a evolução exponencial pesquisa da IA nas ciências sociais: de nenhuma publicação em 1936 para 183 artigos em 2010, alcançando 6.646 publicações em 2024. Esta progressão demonstra o crescimento quantitativo e a transformação qualitativa na aplicação das metodologias de IA nas ciências sociais, através do aprendizado profundo (Deep Learning - DL) e linguagem de grande escala (Large Language Model-LLMs) (Xu et. al, 2024). Um ponto de inflexão significativo ocorreu em novembro de 2022 com o lançamento do ChatGPT, seguido por outras interfaces conversacionais generativas como Copilot, Gemini, Claude e outros. Essas ferramentas, definidas pela capacidade de gerar texto semelhante ao humano e estabelecer interações conversacionais, representam um avanço significativo no processamento de linguagem natural, expandindo as possibilidades de automação e análise inteligente em diversos campos (Gozallo et.al. 2023). Desde o pioneirismo de Turing (1950) observaram-se progressos notáveis tanto na capacidade de processamento de grandes volumes de dados quanto na facilidade de comunicação, suscitando reflexões sobre a utilização ética e eficiente dessas ferramentas para o avanço da pesquisa científico. Diante da multiplicidade de recursos de IA disponíveis, torna-se fundamentais para sua utilização na pesquisa, pois, as ferramentas facilitam tarefas repetitivas e o tratamento de grandes volumes de dados, contudo garantir o aprofundamento e o ineditismo nos estudos é parte do fazer científico. Os aspectos éticos da IA tem desafios associados a estas tecnologias, incluindo questões de privacidade, proteção de dados, violação de direitos autorais, desinformação, preconceitos e desigualdades sociais, incorporando perspectivas de educação, mídia e saúde, evidencia a necessidade de sistemas de IA que promovam a equidade e não perpetuem desigualdades sociais, econômicas e governamentais (Al-kfairy et. al, 2024). Para dar conta da complexidade da pesquisa com a utilização de IA, é necessária uma abordagem sistemática, multidisciplinar e colaborativa, redefinindo assim o papel do pesquisador, como elemento determinante no uso ético e adequado às propostas da IA. Evitando a utilização superficial dessas ferramentas e práticas reducionistas como a mera reprodução de textos gerados automaticamente. Em todo campo científico, a IA deve ser utilizada como instrumento de avanço e aprofundamento do conhecimento, contribuindo para uma revolução que permita transformações significativas na sociedade contemporânea.

Palavras-Chave: Inteligência Artificial, Pesquisa científica, Pesquisa

Ana Cristina Santos

Entre normas e regulamentos:
a regulação da IA nas Práticas Jornalísticas

Olhando para o passado, há momentos facilmente identificáveis como pontos de rotura ou de viragem, onde as descobertas científicas e tecnológicas ameaçaram colocar em risco o destino da humanidade. No entanto, tal não aconteceu até ao momento. A descoberta do fogo, a invenção da energia nuclear ou a modificação genética são exemplos de marcos que protagonizaram profundas transformações civilizacionais, com consequências no curso da história humana. Estaremos novamente à beira de mais um destes momentos? O surgimento de uma onda iminente de tecnologia, envolvendo tanto a IA - Inteligência Artificial - como a biotecnologia, deixam antever o que para muitos é já uma inevitabilidade – estamos, seguramente, perante um novo paradigma. Ora, este caráter inevitável e o espaço mediático que a IA tem vindo a ocupar, tornam o debate necessário e essencial, obrigando-nos a olhar para esta nova tecnologia como ponto de encontro e de reflexão no qual todas as nossas perguntas, receios e dúvidas encontram eco. A voracidade de factos recentemente registados, a inovação, a transformação e a evolução, mal deixam margem para pensar e ensaiar respostas às tantas incertezas e medos com que diariamente somos confrontados. O seu potencial é transformador (disso não restam grandes dúvidas) e promete reconfigurar o mundo de forma simultaneamente desafiante, inspiradora, mas, em muitos casos, verdadeiramente assustadora, colocando na ordem do dia a discussão sobre os benefícios latentes, mas também sobre os eventuais perigos da inteligência artificial. Tratando-se de um fenómeno transversal a todas as áreas, o Jornalismo não é exceção, e são já muitas as vozes críticas que se levantam a favor ou contra a integração de IA nas redações. Assim, chegados a este ponto de viragem, somos obviamente confrontados com a necessidade de perceber se o uso de IA pode constituir uma ameaça à profissão de jornalista, representando um ataque aos pilares éticos e deontológicos que a regem ou, se pelo contrário, se apresenta como uma ferramenta miraculosa, qual verdadeiro "toque de Midas", que auxilia na análise de dados, na verificação de factos, na otimização de processos, na automatização de tarefas e que acelera, desmesuradamente, a produtividade em moldes inacessíveis à capacidade humana. A problematização da inteligência das máquinas não é nova. Noutros tempos, experimentámos o deslumbramento com os computadores, com a Internet e com a possibilidade de vivermos numa verdadeira "aldeia global". Agora, este deslumbramento surge novamente e a ele associados o medo e a importância de regulamentação do novo, procurando assegurar garantias fundamentais como a liberdade, a democracia ou os direitos autorais. Assim, nesta nova era do digital, um pouco por todo o mundo, emergem posicionamentos procurando estabelecer regras e legislar o uso desta ferramenta revolucionária. Sob a forma de regulamentos, normas, manuais ou cartas de princípios, profissionais da área, sindicatos, entidades reguladoras e legisladores procuram a nível europeu e nacional criar linhas orientadoras e clarificadoras da forma de incorporação nos media. E se há, ainda, muitas dúvidas sobre se a IA é boa ou má, jornalistas, legisladores e especialistas parecem alinhar-se, unanimemente, na evidente impossibilidade de a ignorar enquanto oportunidade fascinante e enquanto desafio, com potencial ímpar, para o jornalismo contemporâneo.

Palavras chave: Inteligência Artificial, Regulamentação, Legislação, Jornalismo

Renato Essenfelder

A Inteligência Artificial não existe: considerações sobre regulação e Big Techs

A afirmação de que "a inteligência artificial não existe" desafia a visão de que a IA é uma entidade autônoma, sugerindo que, na verdade, ela reflete interesses e contextos sociais, políticos e econômicos — tal qual sugeriu Morozov (2018) ao se referir a outro contexto, o das redes sociais. A ideia de uma IA que "não existe", portanto, é proposta sob uma perspectiva política: enfatizamos assim que a IA não é uma entidade abstrata e imparcial, uma tecnologia com vontade própria. A IA é, antes, uma construção, um conjunto de práticas, um reflexo de interesses e escolhas políticas que moldam e são moldadas pela sociedade. Assim, a IA não é capaz, por si só, de determinar o progresso humano ou de moldar a sociedade inevitavelmente. Isso seria cair num determinismo tecnológico que obscurece os interesses econômicos e de poder que orientam o desenvolvimento dessas tecnologias. A IA, na verdade, é inseparável das forças e relações humanas que lhe conferem propósito e forma, e o que ela se torna depende das escolhas éticas, regulatórias e sociais que fazemos — ao menos no presente momento histórico. Daí a importância urgente de discutirmos aspectos regulatórios. A regulação europeia da IA, formalizada no AI Act, aprovado em junho de 2024, aborda os riscos associados a sistemas de IA de alto impacto, estabelecendo regras para garantir transparência e *accountability*. Ao criar normas para IAs que apresentem riscos sociais, a União Europeia reforça a necessidade de que desenvolvedores de IA expliquem suas práticas e estabeleçam limitações e salvaguardas para mitigar vieses e discriminação e assim possivelmente minar as bases da "Black Box Society" em que já vivemos (Pasquale, 2015). A importância da regulação da IA é particularmente relevante no contexto das grandes corporações que dominam o desenvolvimento e aplicação dessas tecnologias. Empresas como Google (Alphabet) e Facebook (Meta) são criticadas por sua opacidade e pelo uso de algoritmos que impactam diretamente o comportamento social e o fluxo informacional. Essa opacidade reforça desigualdades e favorece o determinismo algorítmico, que é amplamente discutido na literatura crítica sobre tecnologia (Zuboff, 2023; Taffel, 2019). A regulação europeia busca enfrentar esse desafio ao conceder aos indivíduos o direito de contestar decisões automatizadas, promovendo uma supervisão humana, que se alinha com as preocupações de Sandvig et al. (2014) sobre a necessidade de auditoria e monitoramento em ambientes algorítmicos. Apesar do avanço regulatório, há críticas sobre os possíveis entraves à inovação, já que o cumprimento das normas é complexo e caro, o que poderia privilegiar grandes corporações em detrimento de startups. A regulação da IA em Portugal, por exemplo, está no estágio inicial de integração e ainda enfrenta desafios quanto à infraestrutura e formação profissional adequada. Entretanto, a União Europeia tenta demonstrar, na prática, que regulamentar a IA não é um obstáculo ao progresso tecnológico, mas uma forma de garantir que o desenvolvimento dessa tecnologia esteja alinhado a valores éticos e sociais. Ao reconhecer que a IA não possui autonomia própria, ao menos ainda, a regulação torna-se uma ferramenta indispensável para direcionar seu impacto social e assegurar que os algoritmos sirvam ao bem comum e à diversidade informacional. Afinal, o desenvolvimento da IA sem orientação ética e regulamentação pode levar a uma sociedade onde algoritmos ditam as regras, criando uma estrutura de controle que privilegia interesses específicos sobre o bem coletivo. Se é verdade que a IA ainda não existe, conforme defendemos, é preciso que a sociedade se engaje mais diretamente nessa discussão para que possa assim criar uma IA benéfica para o mundo — uma IA que não dependa do voluntarismo de meia dúzia de tecnocratas, uma IA que não produza mais opressão e iniquidade.

Palavras chave: Inteligência Artificial, Regulação, Algoritmos, Big Tech, Transparência

ONDE ESTARÃO OS MEIOS PÚBLICOS EM 2034?

18.NOV.2024
UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

JORNADAS SOBRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SERVIÇO PÚBLICO DE MEDIA



ORGANIZAÇÃO

VALCOMM

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E INNOVACIÓN

USC

CIRCOM UNIDO CHAIS

COLABORAÇÃO

CÁTEDRA RTVE-USC

FAKE LOCAL

Jornadas sobre Inteligência Artificial, PSM e Valor Público: ONDE ESTARÃO OS MEDIAS PÚBLICOS EM 2034?

Data: 18 de novembro de 2024

Local: Híbrido – Salão Nobre UFP e Online (Zoom - https://videoconf-colibri.zoom.us/j/97976943760 e Youtube - @UFP_LabRadio)

15h00	**Abertura**
15h15 às 15h30	Apresentação do Projeto VALCOMM
15h30 às 17h00	**Palestra Perspetivas Digitais: IA, Comunicação e Novos Ecossistemas Informativos** *Oradores:* *Prof. Doutor Rui Torres – UFP/ICNOVA* *Prof. Doutor Ricardo Pinto – UFP*
17h00 às 17h15	**PAUSA**
17h15 às 17h30	Apresentação do Plano Estratégico da European Association of Regional Televisión (CIRCOM)
17h30 às 19h00	**Palestra Inteligência Artificial, PSM e Valor Público: onde estarão os medias públicos em 2034?** *Oradores:* *Gonçalo Madail – RTP* *Pere Vila – RTVE* *Esteban Mayoral – Cátedra RTVE-USC*
19h00	**Encerramento**

Organização:

Prof. Doutor César Fieiras – Universidade de Santiago de Compostela
Prof. Doutor José Miguel Túñez López – Universidade de Santiago de Compostela
Prof. Doutora Ana Gabriela Nogueira – Universidade Fernando Pessoa
Prof. Doutora Patrícia Weber – Universidade Fernando Pessoa