



# *Inteligência Artificial e Comunicação*

---

O HUMANO NA ERA DA IA

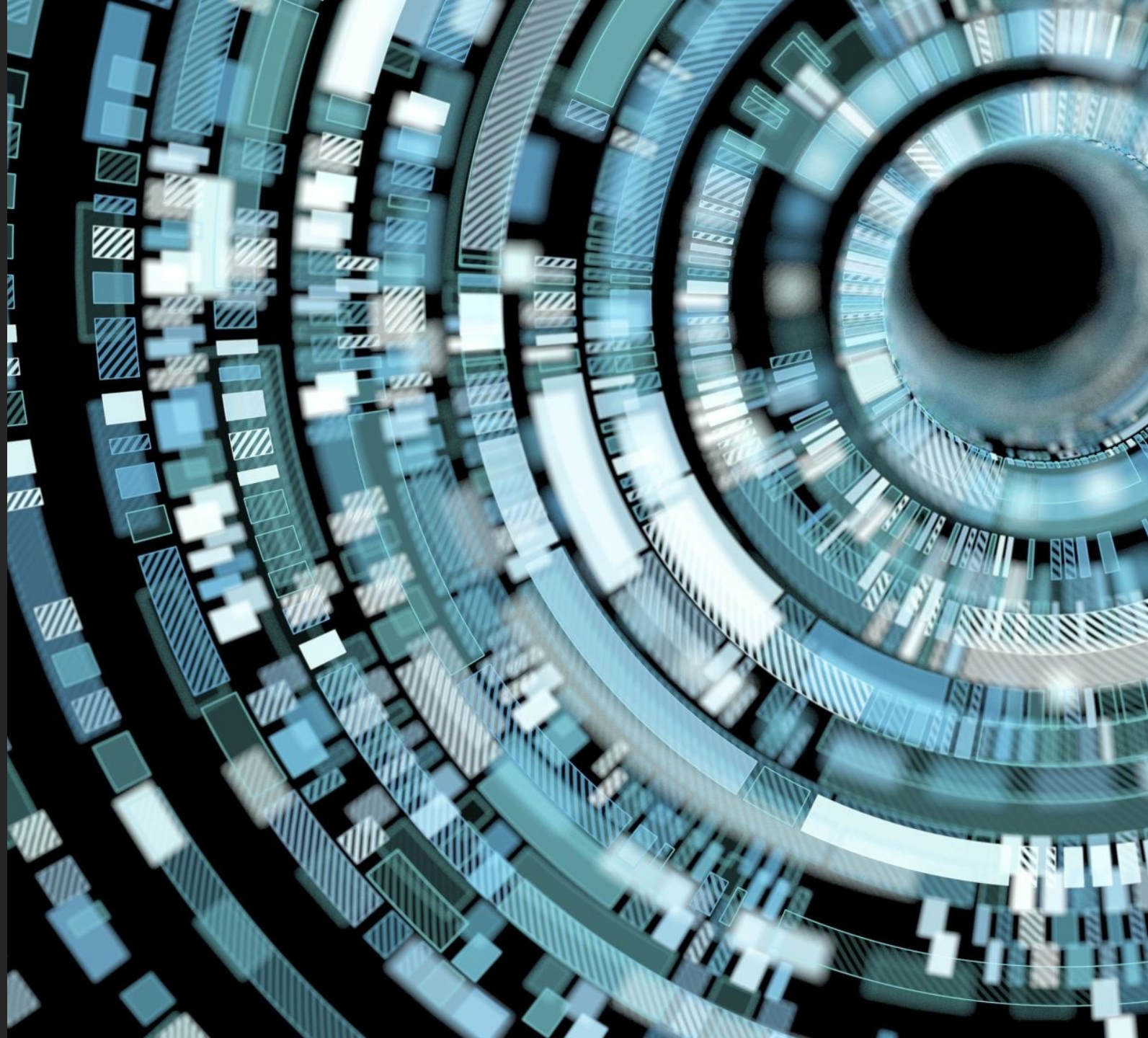
# Captar o intangível

---

A inteligência artificial responde às expectativas da maioria e ao conhecimento existente.

Quais as limitações dessa abordagem?

Onde fica a possibilidade de gerar novo conhecimento?



# Captar o intangível

---

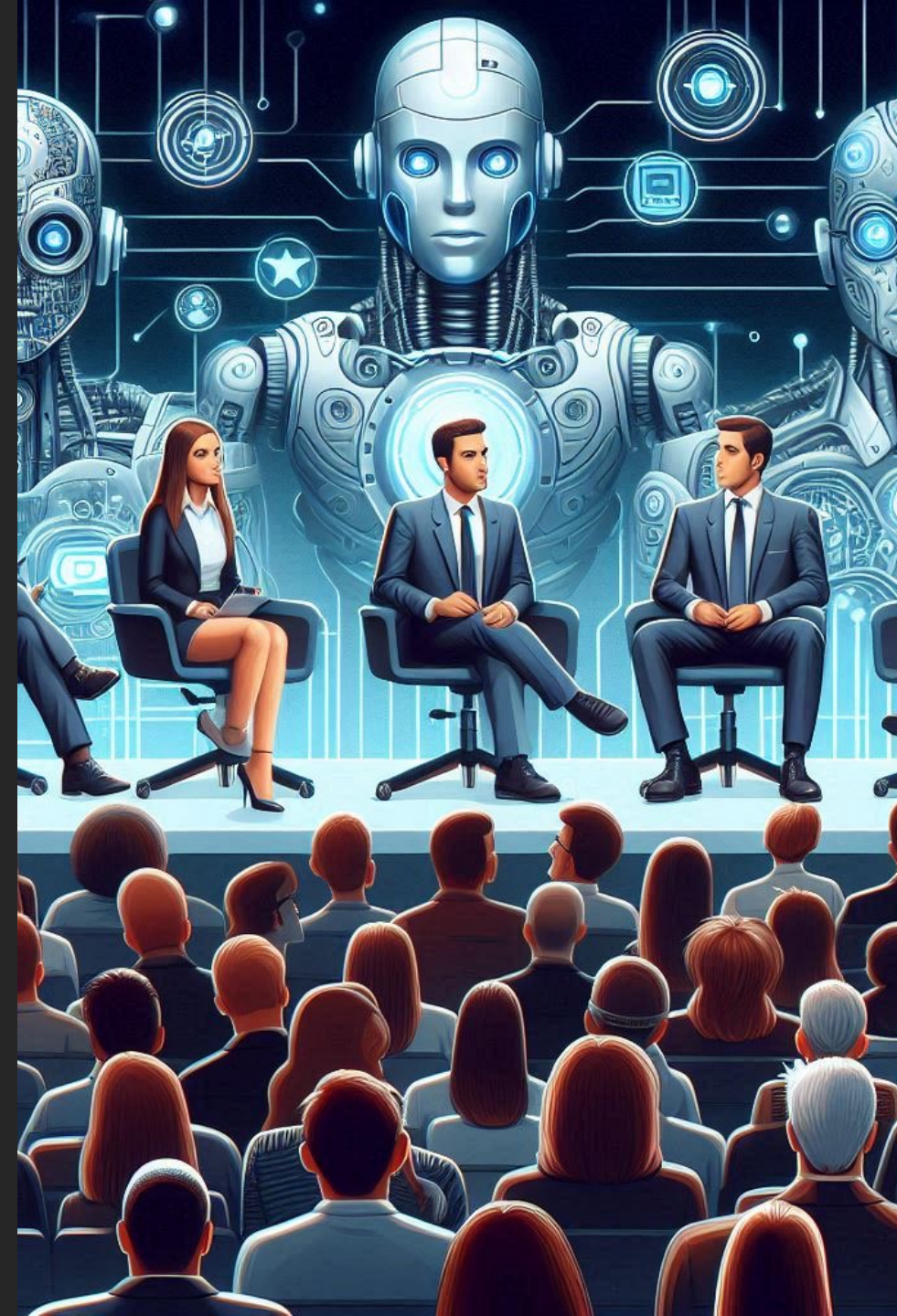
O ser humano consegue entender emoções, detalhes subtis, as histórias pessoais que dão vida à comunicação.

Essa habilidade é essencial para chegar ao público de uma forma profunda e significativa.



---

A lógica do algoritmo é apresentar o que é confortável para maioria das pessoas, para a bolha a quem ela se destina, mas o que nos distingue como humanos passa pelo que não se vê e o que não se mede.



# Consumo imediato

---

O acesso instantâneo a informações é uma realidade da era digital, mas isso traz consigo o risco de um consumo superficial e acrítico.



# Confiar

---

A criação de relações de confiança, não pixelizadas, são a base para uma comunicação que realmente impacta e transforma.



# Mediar os media

---

Diante dos desafios impostos pela inteligência artificial, o mediador humano é um guia fiável no meio da abundância de informações.



# Uma resposta antropológica

---

Refletir sobre o amor, o  
coração, a alegria e as dores  
diárias que unem as pessoas,  
num desafio à artificialização.





# Recuperar o sentido de comunidade

---

Progressiva individualização e instrumentalização das relações pessoais e profissionais.





## Desafios éticos

1

Dependência das plataformas

2

Violação de Direitos de Autor

3

«Alucinações» da IA



**UMA AVALANCHE DE DADOS, SEM QUALQUER TRATAMENTO, MUITAS VEZES CARECIDA DE QUALQUER VERACIDADE, É UM GRANDE DESAFIO. PARA OS JORNALISTAS E PARA AS INSTITUIÇÕES.**

**VIVEMOS UM TEMPO DIFÍCIL, NO CAMPO MEDIÁTICO, EM QUE A MERA “APARÊNCIA DE VERDADE” É MAIS DO QUE SUFICIENTE PARA QUEM ACREDITA APENAS NAQUILO QUE QUER ACREDITAR – IGNORANDO PURA E SIMPLEMENTE PRINCÍPIOS TÃO BÁSICOS COMO A VERIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO.**

**É certo que as máquinas têm uma capacidade imensamente maior que os seres humanos de memorizar os dados e relacioná-los entre si, mas compete ao homem, e só a ele, descodificar o seu sentido.**



**Não se trata, pois, de exigir das máquinas que pareçam humanas; mas de despertar o homem da hipnose em que cai devido ao seu delírio de onnipotência, julgando-se sujeito totalmente autônomo e autorreferencial, separado de toda a ligação social e esquecido da sua condição de criatura.**

*Papa Francisco,*

*Mensagem para o DMCS 2024*





O vento digital da comunicação e da informação tudo penetra e tudo toma transparente. Sopra através da sociedade da transparência - Byung-Chul Han

A rede digital, enquanto meio da transparência, não está submetida a qualquer imperativo moral.

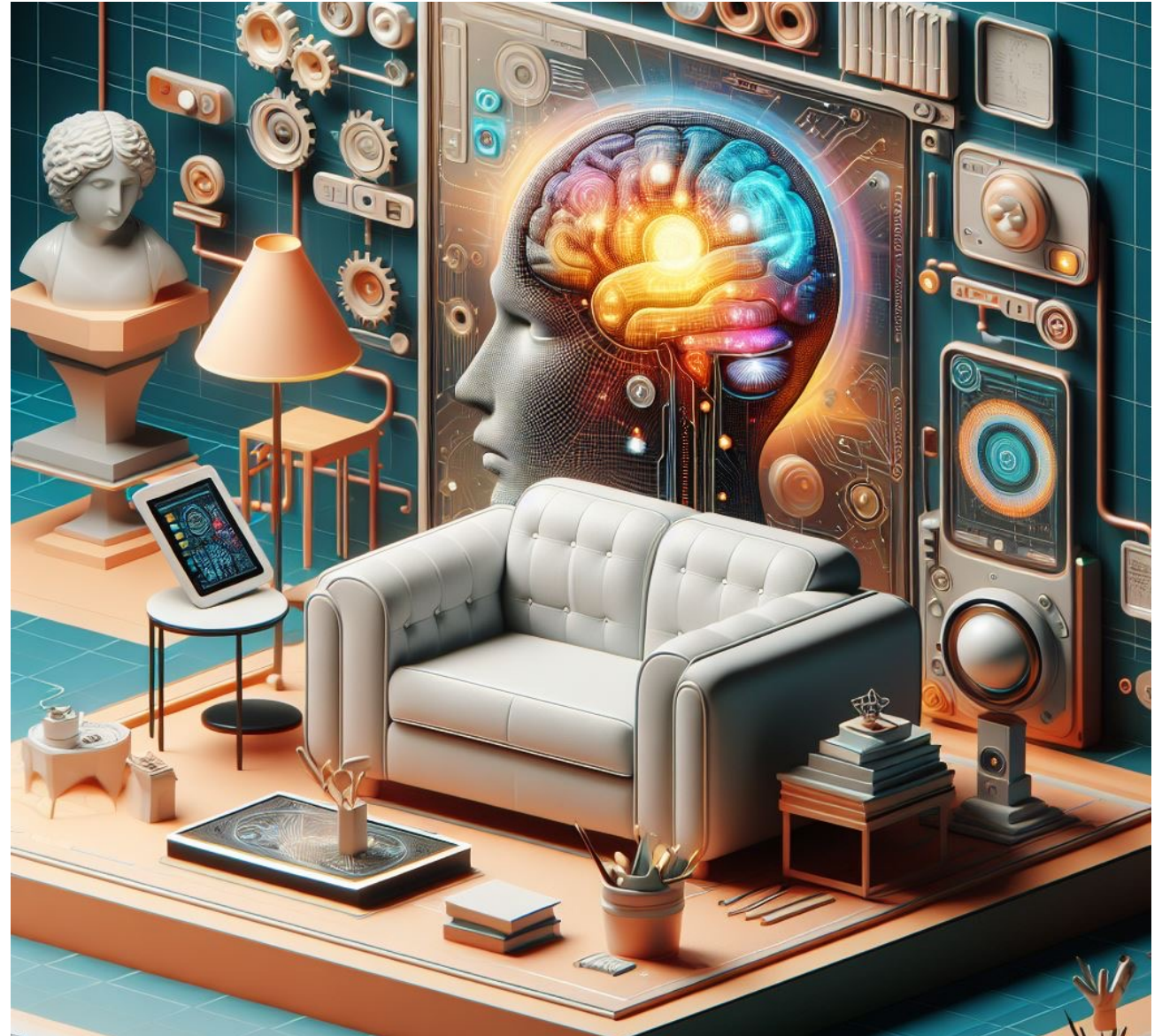
Não se aspira a qualquer purificação moral do coração, mas ao proveito máximo, à atenção máxima.

## IKEA-Logia

A democratização do conhecimento, da criatividade.

---

Leis e regulação: desejo genuíno de proteger os mais frágeis ou apenas conservar monopólios ou elites?



# Qual é o lugar do especificamente humano?

---

Mais do que uma questão técnica, a comunicação é, antes de tudo, uma questão humana. Quem comunica deve adotar uma abordagem antropológica, compreendendo as necessidades, desejos e percepções do seu público-alvo.





# Potenciais benefícios



## Eficiência

A inteligência artificial pode aumentar significativamente a eficiência, automatizando tarefas repetitivas.



## Poupança

Economia de recursos para as organizações.



## Precisão

Detetar e corrigir erros, aumentando a precisão e a fiabilidade das informações.



## Diversidade

Ampliar perspectivas e vozes presentes na transmissão de conhecimentos.

A IA pode abrir caminhos para um mundo que se reencontra mais humano na tecnologia que aparentemente o desumanizava.

---

Um mundo que acolhe todos aqueles que, criativamente, estão a reler este momento em que o futuro chega às nossas vidas, que ainda são também presente, passado e tudo o que podem ser, mesmo que nunca o tenhamos imaginado.





# Somos definidos pela falta

1

## Partilha

Convocar a comunicação desde o mais íntimo

2

## Encontro

Comunicamos para nos completarmos

3

## Exposição

A hipervelocidade mediática arrasou a incompletude

“Não podemos e deixar  
de nos colocar a  
questão do significado  
último, ou seja, a  
direção, do que está a  
acontecer diante dos  
nossos olhos”

---

PAPA FRANCISCO

