

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA COMUNICAÇÃO EDUCACIONAL E PUBLICITÁRIA: IMPACTOS E ESTRATÉGIAS

Géssica Cereta de Moraes^{ID1}, Graziela Frainer Knoll^{ID2}, Taís Steffenello Ghisleni^{ID3}

Resumo

A inteligência artificial (IA) tem se mostrado uma ferramenta cada vez mais importante em diversas áreas, incluindo a comunicação. A pesquisa tem como objetivo explorar como a inteligência artificial pode contribuir para melhorar e agilizar os métodos e técnicas utilizadas na área da comunicação, contribuindo para a promoção de uma educação de qualidade. A metodologia baseia-se na análise de conteúdo proposta por Bardin (2006) tem natureza qualitativa. Os resultados mostram que os estudos focam principalmente na aplicação da IA fraca, eficiente em tarefas específicas. No entanto, surgem perspectivas para a IA geral, que visa imitar amplamente o comportamento humano. Essa evolução levanta questões éticas, legais e de segurança. Então, é essencial abordar criticamente a aplicação da IA para maximizar benefícios e reduzir riscos à medida que a tecnologia avança e se integra à sociedade.

Palavras-chave: Educação de qualidade; Inteligência Artificial; Estratégias comunicacionais; Publicidade e Propaganda.

TECHNOLOGY AND TEACHING: EXPLORING THE IMPACTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON COMMUNICATION AND EDUCATIONAL RELATIONS

Abstract

Artificial intelligence (AI) has proven to be an increasingly important tool in several areas, including communication. The research aims to explore how artificial intelligence can contribute to improving and streamlining the methods and techniques used in communication, contributing to the promotion of quality education. The methodology is based on the content analysis proposed by Bardin (2006) and is qualitative in nature. The results show that the studies focus mainly on the application of weak, efficient AI in specific tasks. However, prospects for general AI are emerging, which aims to broadly imitate human behavior. This evolution raises ethical, legal and security questions. Then, it is

¹ Aluna do curso de Publicidade e Propaganda, Bolsista CNPq. Universidade Franciscana – UFN (Santa Maria, RS).

² Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com Pós-Doutorado no Centro Universitário Ritter dos Reis (Uniritter). É professora na Universidade Franciscana – UFN (Santa Maria, RS).

³ Doutora em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É professora na Universidade Franciscana – UFN (Santa Maria, RS).

essential to critically approach the application of AI to maximize benefits and reduce risks as the technology advances and integrates into society.

Keywords: Quality education; Artificial Intelligence; Communication strategies; Advertising.

1 Introdução

Este artigo analisa os impactos da inteligência artificial tanto no contexto publicitário quanto educacional, explorando como as estratégias de IA aplicadas na publicidade podem colaborar com a comunicação educacional e o aprimoramento do ensino.

A Educação de Qualidade é um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável estabelecidos pela Organização das Nações Unidas, reconhecendo a importância de fornecer uma educação inclusiva, equitativa e de qualidade para todos (ONU, 2025). No contexto atual, a evolução tecnológica está trazendo mudanças significativas nas relações comunicacionais e nos processos de ensino e aprendizagem. Nesse cenário, a inteligência artificial (IA) emerge como uma ferramenta com potencial para transformar diversas atividades humanas, inclusive a educação. De acordo com Santaella (2023, p. 77), a inteligência humana em si "não é uma chave secreta [...] para todas as potencialidades do ser humano", mas consiste em padrões cognitivos, muitas vezes repetitivos, que podem ser imitados por um sistema de IA.

Anholett (2004) discute a origem da ideia de Inteligência Artificial, a qual remonta a 1950, quando os cientistas Alan Turing e John McCarthy começaram a pesquisar sobre a viabilidade de criar máquinas capazes de emular o pensamento humano. No entanto, devido às limitações tecnológicas da época, o progresso nesse campo aconteceu de forma lenta, e somente a partir dos anos 2000 foram alcançados os avanços que impulsionaram o desenvolvimento dessas máquinas. A partir desse ponto, conceitos como *Machine Learning*, *Deep Learning* e redes neurais começaram a ser compreendidos. Além disso, surgiram sistemas de recomendação de buscas amplamente empregados por plataformas de comércio eletrônico, ferramentas de otimização de buscas e corretores ortográficos. Assim, esses e outros avanços adicionais possibilitaram o desenvolvimento de assistentes virtuais mais sofisticados, bem como sistemas de reconhecimento facial e de voz.

Com base nesse breve histórico, e sabendo como os campos da educação e da comunicação podem se afetar mutuamente, o objetivo deste artigo é explorar como a inteligência artificial pode contribuir para melhorar e agilizar os métodos e técnicas utilizados na área da comunicação, contribuindo para a promoção de uma educação de qualidade. Com a pesquisa, espera-se contextualizar como a inteligência artificial tem se tornado grande influenciadora das relações comunicacionais de ensino e aprendizagem do contexto atual, compreender as implicações do uso da inteligência artificial na educação e como

ela contribui para a construção do conhecimento sobre o uso dessa tecnologia no contexto educacional, além de explorar as aplicações da inteligência artificial no campo da Publicidade e Propaganda, procurando identificar o uso de estratégias revolucionárias para o ensino e melhoramento das habilidades criativas dos estudantes.

A pesquisa em inteligência artificial voltada para a educação desempenha um papel crucial no desenvolvimento de abordagens para promover o aprendizado significativo e acessível. Ao explorar técnicas como a personalização do ensino, a adaptação de conteúdo, a análise de dados educacionais e a criação de sistemas de tutoria inteligentes, podem ser desenvolvidas ferramentas que atendam às necessidades individuais dos alunos, otimizem o tempo de aprendizado e melhorem a qualidade da educação. Por isso, se justifica a importância deste estudo exploratório inicial.

2 Tecnologia e Ensino

O ensino tem se apropriado de muitos recursos tecnológicos para facilitar seus processos, e tais recursos são aprimorados e personalizados diariamente. Segundo Joly (2002), a utilização de computadores, desde o seu invento, tem auxiliado a educação, sendo inicialmente utilizados como máquinas de ensinar e, atualmente, como importante apoio à aprendizagem e às práticas pedagógicas, auxiliando na construção de conhecimentos pelos estudantes. Com o computador de mesa, veio a possibilidade de expandir o aprendizado crescentemente atualizado, assim foi possível dar aos estudantes um alcance mais amplo e preciso de informações, transformando-as em saberes específicos para cada área de interesse, aumentando a facilidade e a agilidade ao acesso a determinado tipo de conteúdo. Isso acabou possibilitando um salto na evolução tecnológica, e em diversos processos antes realizados analogicamente, como pesquisar um endereço ou um conceito, por exemplo. Esse processo não têm sido simples, pois para Gabriel (2013, p. 3), "os impactos das tecnologias digitais em nossa vida são sem precedentes na história, pois, diferentemente de qualquer outra revolução tecnológica do passado, a atual tem causado uma modificação acentuada da velocidade da informação e desenvolvimento tecnológico, acelerando em um ritmo vertiginoso o ambiente em que vivemos".

Além disso, a integração da tecnologia no ensino vai além do uso de computadores e acesso à internet. Conforme Moran (2015), as tecnologias digitais transformam a maneira como aprendemos e ensinamos, promovendo novas formas de interação e colaboração. Moran aponta que as metodologias ativas, como a sala de aula invertida e a aprendizagem baseada em projetos, são exemplos de como a tecnologia pode ser usada para envolver os alunos de maneira mais profunda no processo de aprendizagem. Essas abordagens incentivam a autonomia e a responsabilidade dos estudantes, permitindo que eles construam seu próprio conhecimento com o suporte das tecnologias digitais.

Outro ponto importante é a personalização da aprendizagem. Segundo Prensky (2010), a tecnologia permite adaptar o ensino às necessidades individuais de cada aluno, proporcionando uma experiência de aprendizagem mais eficaz e significativa. Prensky argumenta que os educadores devem adotar uma mentalidade de "ensinar para a próxima geração", utilizando as ferramentas digitais para criar ambientes de aprendizagem dinâmicos e personalizados. Isso inclui o uso de softwares educativos, plataformas de aprendizagem online e outras ferramentas digitais que podem ajudar a identificar e atender as necessidades específicas de cada aluno.

Dessa forma, saber como funcionam e a maneira correta de empregar as tecnologias disponíveis passa a ser um pré-requisito ou uma necessidade para qualquer pessoa que busque uma qualificação profissional, principalmente nas áreas do ensino e da educação. Tão importante quanto, também é se manter em constante atualização, pois todos os dias, surgem novas ferramentas, que acabam se tornando indispensáveis em nosso dia a dia. Gabriel (2024) fala que a função da educação é preparar as pessoas para o mundo, porém quando acontecem mudanças muito rápidas e repentinas, pode ocorrer um descompasso que prejudica educação, indivíduos e sociedade de uma forma geral.

Notamos um avanço exacerbado nessa necessidade de adaptação durante a pandemia do Covid-19, em que foi necessária uma mudança rápida de processos para os meios digitais, impactando a realidade de milhões de pessoas, a fim de inserir a tecnologia em suas rotinas, tanto de trabalho como pessoais. Isso teve reflexo principalmente no campo da educação, um dos que mais avançou devido a, conseqüentemente, ter sido o mais afetado pelo distanciamento social. Ainda assim, a mudança não ocorreu de forma simples ou sem seus entraves, pois muitos professores e escolas não conseguiram se adaptar da melhor maneira.

Segundo Cordeiro (2020, p. 2), "as adaptações ao mundo digital ocorreram nas redes pública e particular de ensino, através da utilização de aplicativos de videoconferência, redes sociais e até mesmo a adaptação para a modalidade de Educação a Distância (EaD) através da criação de ambientes virtuais de aprendizagem (AVA)." Foi feita a adaptação de conteúdos e atividades para o formato online, o que demandou rapidez e criatividade por parte de todos os envolvidos, mas isso somente foi possível devido a atualizações e inovações constantes dos meios digitais, que hoje são a base para que possamos continuar essas atividades, mesmo que quando desenvolvidas presencialmente.

Conseqüentemente, podemos perceber o quão importante foi essa evolução tecnológica para o mundo, pois não permitiu que a educação parasse naquele momento. Percebemos aqui o quanto elas estão entrelaçadas e acabam servindo de apoio uma para a outra, pois sem educação não existe conhecimento e sem conhecimento é impossível a evolução.

Nesse aspecto, o conhecimento é essencial para evitar o receio das transformações como um todo. Gabriel (2024) destaca que a predominância do medo em relação às novas tecnologias, especialmente no que diz respeito à

Inteligência Artificial, vem do receio que as pessoas têm de perder empregos para essas tecnologias. Contudo, a autora enfatiza que "medo sem conhecimento nos paralisa e o medo com conhecimento nos protege e aperfeiçoa" (Gabriel, 2024, online).

Assim, é imperativo que haja um esforço crescente no estudo e na compreensão dessas tecnologias, visando dominá-las e utilizá-las em benefício próprio, transformando-as em ferramentas colaborativas e não como fonte de temor. Nesse contexto, o aprendizado é considerado o melhor caminho para lidar com as novas tecnologias, à medida que possibilita uma relação mais harmoniosa e proveitosa do ser humano com elas.

2.1 Inteligência Artificial e Comunicacional

Diante de todas as adversidades que nos foram impostas em relação à evolução das tecnologias, Kaufmann (2028, kindle) constata que "a inteligência artificial está transformando nossa relação com a tecnologia, e é a base da revolução digital em curso a partir da confluência de tecnologias do mundo digital [...] do mundo físico [...] e do mundo biológico". Embora seja um ambiente recém descoberto pela população em geral, que passou a ter um maior conhecimento e um contato mais direto com a IA, as mudanças repentinas de rotina causam certo receio e apavoramento. Entretanto, Gabriel (2024) apresenta uma perspectiva que ajuda a entender os desafios, ao explicar que a IA possui 3 níveis: a) fraca: que faz uma coisa por vez, de maneira bem feita; b) geral: nível humano, que é agir como nós agimos, e somente quando o atingirmos, chegaremos no nível de c) superinteligência: capaz de criar outras inteligências, mas ainda não estamos nesse nível. Estamos no nível da IA fraca, e para ela aumentar precisará de bom processamento e dados.

Segundo Breitman, citado por Ribeiro (2014), "a profusão de informações na internet, originadas pelas diferentes fontes de dados, ocasiona uma sobrecarga de dados e informação disponíveis para a sociedade". Essa sobrecarga acaba se utilizando de uma ferramenta, onde todos estes dados são armazenados: o *big data*.

Na atualidade, ocorre um cruzamento de informações entre as pessoas, que dividem suas opiniões a respeito das IA devido a esses bancos de dados. Nesta era de hiperconexão, nos encontramos expostos diariamente a aparelhos (smartphones e computadores) que, mediante comandos, conseguem reter informações, e cada uma delas é encaminhada para uma ferramenta que denominamos de *big data*, em que milhares de informações são armazenadas e capazes de serem analisadas com grande precisão. As inteligências artificiais são ensinadas pelos seres humanos a fazerem o caminho até o *big data*, onde se servem de toda informação ali contida, o que faz parecer, quando damos um prompt (comando, pergunta ou ordem) que ela pensou e executou sozinha os processos, sendo que ela apenas acessou esses dados.

Além disso, as tecnologias não são todas iguais, algumas adicionam valor incremental à sociedade e outras são disruptivas. Ao reconfigurar a lógica de funcionamento da economia e aportar inéditos modelos de negócios, as disruptivas provocam períodos de reorganização no que Joseph Schumpeter denominou de “destruição criativa” (Kaufman, 2022, p.15).

A subjetividade humana, contudo, é decisiva em todas as etapas do desenvolvimento e da interpretação dos resultados. São os especialistas humanos que constroem os modelos, definem os parâmetros, criam as bases de dados, selecionam o domínio da aplicação; os preconceitos e valores humanos estão presentes em cada decisão de cada etapa do processo (Kaufman, 2022, p.17).

Ainda segundo Kaufman (2022, p.18), “estamos na era da personalização, viabilizada pela extração das informações contidas nos dados que geramos em nossas movimentações online.” Todos os nossos movimentos online geram dados, como o que pesquisamos, os termos que aceitamos, conteúdos que curtimos, salvamos e compartilhamos, o que acaba sendo quase uma inesgotável fonte de informações autogeradas que servem de base para definir nossos gostos e preferências, e contribuir para o desenvolvimento de necessidades cada vez mais personalizadas para nós mesmos.

Conforme Santaella (2023, p. 28), “os algoritmos são como fórmulas matemáticas: recebem um conjunto de números e/ou variáveis e, a partir daí, encontram o resultado”. Algoritmos estão sempre por trás de todos os computadores, pois formam a base para a programação desses dispositivos, e seus processos encontram-se diretamente ligados, abastecendo-se de informações necessárias para seu funcionamento, e guardando informações, que hoje os ajudam a resolver em minutos, problemas complexos.

Santaella (2023) aborda a relação entre inteligência artificial e ensino com uma visão otimista e crítica ao mesmo tempo. Ela reconhece o potencial da IA para revolucionar a educação, oferecendo ferramentas poderosas para personalizar o aprendizado, adaptar-se às necessidades individuais dos alunos e promover a acessibilidade ao conhecimento.

No entanto, a autora também alerta para os desafios éticos e pedagógicos associados ao uso da IA na educação, destacando a importância de manter o papel do professor como mediador humano fundamental no processo educacional. Para ela, a integração cuidadosa da inteligência artificial no ensino requer uma abordagem reflexiva e colaborativa que priorize o desenvolvimento de habilidades cognitivas, críticas e criativas dos alunos, além de considerar os impactos sociais e culturais dessa transformação educacional. Compreendemos que a tecnologia está cada vez mais inserida em nossas vidas, influenciando desde as interações cotidianas até os processos econômicos.

No entanto, é crucial reconhecer a relevância da intervenção humana em todas as etapas do desenvolvimento e aplicação da inteligência artificial, garantindo que essa tecnologia seja utilizada de forma ética e responsável. Com essa compreensão, podemos avançar para a metodologia, onde detalharemos

como será conduzida a pesquisa sobre o impacto da inteligência artificial na comunicação contemporânea, e os resultados esperados deste estudo.

Diante de todas essas adversidades impostas, é evidente que a Inteligência Artificial desempenha um papel essencial na transformação digital em curso. Podemos afirmar com certeza, já que desde o seu surgimento, a IA tem sido uma ferramenta poderosa que ajuda a moldar o futuro da educação e da comunicação. De acordo com Santaella (2023), os algoritmos são fundamentais para a programação dos dispositivos que utilizamos diariamente, abastecendo-se de dados para resolver problemas complexos em minutos. Além disso, Kaufmann (2022) destaca que a IA está reconfigurando a lógica econômica e introduzindo novos modelos de negócios, provocando períodos de reorganização que Joseph Schumpeter denominou de "destruição criativa". A subjetividade humana continua a ser decisiva em todas as etapas do desenvolvimento e da interpretação dos resultados, com especialistas humanos construindo modelos, definindo parâmetros e selecionando domínios de aplicação, moldando assim o impacto da IA na comunicação contemporânea.

Com base nesse contexto, a comunicação contemporânea também é profundamente influenciada pela IA, e a personalização das interações e o surgimento de novos modelos de negócios estão moldando a forma como nos comunicamos, os conteúdos que consumimos e a maneira como acessamos informações. Como observado por Santaella (2023), os algoritmos, que são essenciais para a operação da IA, recebem um conjunto de variáveis e números, utilizando-as para determinar o resultado do processo como um todo. Então, fica claro que a IA além de facilitar a comunicação individualizada, também levanta questões éticas e pedagógicas importantes sobre a privacidade, o controle de dados e a equidade no acesso à informação. Por isso, é importante ter ciência de que a integração da IA na comunicação contemporânea requer uma abordagem reflexiva e colaborativa que priorize o desenvolvimento de habilidades cognitivas, críticas e criativas dos usuários, além de considerar os impactos sociais e culturais dessa transformação comunicacional.

3 Aspectos Metodológicos

Esta seção descreve os métodos e procedimentos adotados para realizar a pesquisa sobre a relação entre inteligência artificial e comunicação. A metodologia foi elaborada com o objetivo de identificar e analisar estudos relevantes que abordam essa temática específica, baseada na análise de conteúdo de Bardin (2006) tem natureza qualitativa, pois "se propõe a colher e analisar dados descritivos, obtidos diretamente da situação estudada" (Michel, 2015, p. 40). Foi utilizada a plataforma de busca Google Acadêmico devido à sua vasta base de dados acadêmicos. O método de busca avançada foi empregado para refinar os resultados, permitindo a delimitação do período de publicação e o uso das palavras-chave específicas: inteligência artificial, comunicação e publicidade e propaganda.

Os critérios de inclusão foram estabelecidos para garantir a seleção de estudos relevantes para a pesquisa: foram incluídos apenas trabalhos publicados entre 2018 e 2023, que abordam a relação entre inteligência artificial e comunicação em contextos educacionais e/ou publicitários. Foram excluídos trabalhos que não se enquadraram nesses critérios ou que não estavam disponíveis na íntegra de forma gratuita. A metodologia incluiu a análise de conteúdo de trabalhos na área de Publicidade e Propaganda com o objetivo de explorar o uso da IA em contextos comunicacionais amplos. Essa abordagem permite que se identifiquem estratégias aplicáveis à comunicação educacional, buscando adaptar soluções e metodologias que possam ser empregadas para aprimorar o ensino.

Após a coleta dos dados, os artigos selecionados foram submetidos a uma análise detalhada, em que cada trabalho foi examinado quanto ao seu título, resumo, palavras-chave, conteúdo e metodologia empregada. Também, foram identificados temas recorrentes, abordagens metodológicas e resultados relevantes para a pesquisa.

Com base nos dados coletados, foi elaborado um quadro que reúne as produções científicas encontradas durante a busca e inclui informações, como ano de publicação, título do estudo, tipo de recurso (artigo, trabalho de conclusão de curso etc.) e objetivo do estudo. Esse quadro serviu como ferramenta de organização e síntese dos dados coletados.

É importante reconhecer que a pesquisa está sujeita a algumas limitações, como a disponibilidade de fontes e a abrangência dos termos de busca utilizados. Além disso, a análise dos resultados pode ser influenciada por fatores como a subjetividade dos pesquisadores e as características individuais de cada estudo selecionado.

4 Resultados e discussões

Apresentamos os resultados da pesquisa realizada sobre a inserção da inteligência artificial no contexto das relações comunicacionais e educacionais. Inicialmente, descreveremos as produções científicas encontradas na plataforma Google Acadêmico, seguido de uma análise dos trabalhos selecionados.

A tabela 1 ilustra que foram identificados um total de seis trabalhos acadêmicos relevantes para a pesquisa. Esses estudos foram publicados ao longo do período de 2018 a 2023, abordando diversos aspectos da relação entre inteligência artificial e comunicação, com enfoque nas áreas da publicidade, marketing, direito e educação.

Tabela 1 - Produções científicas relacionando IA e seus usos na publicidade e propaganda e na educação entre 2018 e 2023.

Ano de publicação	Nº de trabalhos encontrados	Nº de trabalhos que se aproximam da temática
2018	1	1
2019	0	0
2020	1	1
2021	1	1
2022	2	2
2023	1	1
Total	6	6

Fonte: Elaboração das autoras a partir da coleta.

Os trabalhos selecionados abordam temas variados relacionados ao uso da inteligência artificial em diferentes contextos comunicacionais e educacionais. A busca por artigos acadêmicos que abordem a interseção entre inteligência artificial, comunicação e educação é fundamental para compreender o impacto crescente da tecnologia na forma como aprendemos e nos comunicamos. Os estudos encontrados estão no Quadro 1 e exploram, de certa forma, como os avanços em IA podem ser aplicados para aprimorar métodos de ensino, facilitar a comunicação entre alunos e professores e criar ambientes educacionais mais adaptativos e inclusivos.

Quadro 1 – Trabalhos acadêmicos que compuseram o corpus de análise.

Estudo	Título	Ano	Recurso	Objetivo
A1	A percepção dos profissionais de publicidade audiovisual do município de Blumenau sobre o trailer do filme Morgan criado pela	2018	ARTIGO	Este artigo investiga a percepção de profissionais de publicidade audiovisual sobre um trailer de filme produzido com o auxílio de Watson, a inteligência artificial da IBM. Foram realizadas entrevistas exploratórias e qualitativas com profissionais e isso trouxe resultados sobre a aceitação e o

	inteligência artificial da IBM.			impacto dessa tecnologia na indústria cinematográfica.
A2	Questões sobre mascotes digitais: publicidade, inteligência artificial e enunciação.	2020	ARTIGO	Este estudo analisa o papel das mascotes digitais na comunicação corporativa, explorando como a inteligência artificial é utilizada para simular interações naturais entre marcas e consumidores, destacando os desafios e as oportunidades dessa abordagem. Também reflete sobre como essas entidades impactam a comunicação corporativa atual.
A3	Inteligência Artificial e publicidade dirigida a crianças e adolescentes.	2021	ARTIGO	Esta pesquisa examina o impacto da inteligência artificial na indústria da publicidade direcionada para crianças menores de 12 anos, destacando avanços recentes e refletindo sobre as implicações futuras dessa tecnologia para estratégias de marketing e publicidade personalizadas.
A4	Como a inteligência artificial vai afetar o futuro da publicidade.	2022	ARTIGO	Este trabalho examina o impacto da inteligência artificial na publicidade e no mercado. Ele descreve o avanço da inteligência artificial no marketing e na publicidade, analisa como ela pode ser usada nesse contexto e reflete sobre as implicações futuras. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e descritiva, e indica que, apesar dos riscos, a inteligência artificial tende a se integrar sutilmente na publicidade, tornando-se uma aliada para estratégias mais personalizadas.
T5	Princípios do acesso à justiça e da publicidade: o direito à revisão humana das decisões tomadas com o uso da inteligência artificial.	2022	TCC	Este trabalho aborda a aplicação da inteligência artificial no sistema judicial, discutindo questões relacionadas ao acesso à justiça e à revisão humana de decisões tomadas por algoritmos, levantando considerações éticas e legais sobre o uso dessa tecnologia.
A6	Produção de vídeos educativos	2023	ARTIGO	Este artigo analisa a produção de vídeos educativos sobre inteligência

	sobre Inteligência Artificial: ampliando o conhecimento por meio da extensão universitária num curso de Publicidade e Propaganda em Blumenau/SC.			artificial em um projeto de extensão universitária, explorando como essa iniciativa contribui para o aumento do conhecimento sobre IA entre estudantes de Publicidade e Propaganda.
--	--	--	--	---

Fonte: Elaboração das autoras.

Esses trabalhos fornecem uma visão sobre o impacto da inteligência artificial nas relações comunicacionais e educacionais. Eles destacam tanto os benefícios quanto as preocupações associadas ao uso dessa tecnologia.

O estudo A1, que examina a percepção dos profissionais de publicidade sobre a aplicação da inteligência artificial em criações audiovisuais, reflete principalmente o nível de inteligência artificial fraca, que é capaz de realizar uma tarefa específica com precisão. Já o estudo A2, que aborda o uso de mascotes digitais na comunicação corporativa, destaca como a inteligência artificial é empregada para simular interações naturais com os consumidores. Nesse caso, observamos a utilização de IA fraca para desempenhar uma função específica de forma eficaz. O uso de IA para personalização em publicidade, como observado no Estudo A2, ilustra uma estratégia de segmentação que pode ser adaptada para a personalização do ensino, onde algoritmos recomendam conteúdos educacionais personalizados para cada aluno, atendendo a necessidades individuais de aprendizado.

O estudo A3, que discute a aplicação de inteligência artificial na segmentação de publicidade para crianças e adolescentes, evidencia preocupações éticas e legais. Aqui, podemos relacionar o uso de IA fraca para direcionar anúncios com base em dados específicos. No Estudo A3, observamos que a IA é aplicada para segmentação precisa, desenvolvendo estratégias que direcionam anúncios para crianças e adolescentes com base em dados específicos. Esse tipo de segmentação também poderia ser adaptado para o contexto educacional, utilizando a IA para oferecer conteúdos personalizados de acordo com as idades e interesses dos alunos, criando uma experiência de aprendizado mais envolvente e adequada ao perfil de cada grupo etário.

E o estudo A4, que examina o impacto futuro da inteligência artificial na indústria publicitária, sugere uma integração sutil da IA para estratégias personalizadas de marketing. Esse cenário representa um avanço em direção à IA geral, que visa reproduzir o comportamento humano de forma mais abrangente. Nesse estudo, podemos traçar paralelos com a educação, como o uso de IA para adaptar conteúdos ao ritmo e estilo de aprendizado de cada aluno, o que representa uma oportunidade de tornar o ensino mais dinâmico e adaptativo. Esse avanço da IA poderia transformar tanto a publicidade quanto o

ensino, criando experiências mais envolventes e personalizadas em ambos os setores.

O trabalho T5, que aborda questões legais relacionadas à utilização de inteligência artificial no sistema judicial, levanta considerações sobre a necessidade de revisão humana em decisões tomadas por algoritmos. Aqui, o foco está na IA fraca, que realiza tarefas específicas dentro de um domínio limitado. Então, o T5 explora a necessidade de revisão humana em decisões tomadas por IA no contexto jurídico, o que pode ser um paralelo interessante para a educação. Assim como no direito, o uso de IA em contextos educacionais exige supervisão humana para garantir que as decisões – como a personalização de conteúdos ou avaliações automatizadas – respeitem os valores pedagógicos e éticos, assegurando que as práticas educacionais mantenham o fator humano e promovam um aprendizado equitativo. E o estudo A6, que analisa a produção de vídeos educativos sobre IA em um contexto universitário, destaca a disseminação do conhecimento sobre essa tecnologia. Podemos relacionar esse caso com a utilização de IA fraca para fornecer informações específicas de forma educativa.

Embora a IA traga inúmeras possibilidades, sua implementação em contextos educacionais e comunicacionais enfrenta desafios técnicos, como a necessidade de grandes volumes de dados, alta capacidade de processamento e infraestrutura adequada. No contexto educacional, a dependência de IA pode criar uma divisão digital, onde alunos de escolas com menos recursos têm acesso limitado a tecnologias avançadas. Adicionalmente, a IA ainda possui limitações para interpretar nuances humanas e contextuais, o que compromete sua eficácia em áreas que demandam compreensão emocional e cultural, como o ensino e a comunicação interpessoal.

Os resultados da análise mostram que os estudos selecionados abordam principalmente o uso de inteligência artificial em níveis de IA fraca, onde a tecnologia é aplicada para realizar tarefas específicas de forma eficaz. No entanto, também são vislumbradas perspectivas futuras em direção à IA geral, que busca reproduzir o comportamento humano de maneira mais abrangente. Essa transição levanta questões éticas, legais e de segurança que precisam ser consideradas à medida que a inteligência artificial continua a se desenvolver e se integrar em diversos aspectos da sociedade.

Nesse contexto, podemos fazer uma conexão com as ideias de Moran (2015), que discute sobre a necessidade de adaptação das práticas pedagógicas frente ao avanço das tecnologias digitais. O autor enfatiza a importância de uma educação inovadora que integre as tecnologias digitais de forma significativa ao processo de ensino-aprendizagem, promovendo uma abordagem mais dinâmica e adaptativa. Diante da crescente presença da inteligência artificial no cenário educacional, é essencial refletir sobre como essas tecnologias podem ser utilizadas de maneira ética e responsável, considerando não apenas seu potencial para aprimorar a aprendizagem, mas também os desafios e dilemas éticos que podem surgir.

Além disso, Prensky (2001) argumenta que a geração atual de estudantes, os chamados nativos digitais, aprende de maneira diferente devido à exposição contínua às tecnologias digitais desde jovens. Portanto, a integração da inteligência artificial no contexto educacional pode melhorar a eficiência e a personalização da educação, e alinhar-se com as expectativas e habilidades dos alunos contemporâneos. A adaptação dessas tecnologias emergentes pode representar um avanço importante para a promoção de uma educação mais engajadora e relevante para as gerações atuais e futuras.

Entendemos que resultados da pesquisa indicam que a inteligência artificial está cada vez mais presente em diversos aspectos da vida contemporânea, influenciando significativamente a forma como nos comunicamos, aprendemos e interagimos com o mundo ao nosso redor. Assim, essa análise exploratória nos faz pensar na necessidade de ainda mais estudos e do desenvolvimento de políticas e práticas que promovam o uso ético e responsável da inteligência artificial em diferentes contextos sociais.

Ao investigar essa convergência entre tecnologia, comunicação e pedagogia, os pesquisadores dos diferentes trabalhos encontrados podem identificar estratégias para enfrentar os desafios educacionais contemporâneos e aproveitar o potencial transformador da inteligência artificial na educação. Contudo, apesar de seu potencial promissor, a inteligência artificial na educação ainda enfrenta algumas limitações significativas.

Uma das principais limitações é que, da mesma forma que as pessoas podem ter dificuldade para lidar com a IA em um aspecto utilitário ou prático, por falta de conhecimento ou habilidade para isso, a IA implementada para substituir algum processo pode ter dificuldade em lidar com a complexidade e a sutileza das interações humanas, especialmente no contexto educacional, onde o aspecto emocional e relacional é fundamental para o processo de aprendizagem. Isso posto, a implementação de IA em práticas educacionais levanta questões sobre o impacto na relação professor-aluno, uma vez que a mediação humana é essencial para o desenvolvimento de habilidades sociais e emocionais. Em situações onde a IA assume o papel de tutoria ou personalização do ensino, há o risco de diminuir o contato humano, que é essencial para o processo de aprendizagem integral. A mesma preocupação aplica-se à comunicação humana, onde a automatização excessiva pode reduzir a autenticidade e a empatia, fundamentais para uma comunicação eficaz e significativa.

Outra limitação está relacionada à transparência dos algoritmos de IA, o que levanta questões éticas e de confiança sobre como as decisões são tomadas e como os resultados são interpretados no contexto educacional. Portanto, ainda que a IA ofereça oportunidades para melhorar o contexto educacional, é importante abordar essas limitações de maneira cuidadosa e crítica para garantir que sua implementação beneficie verdadeiramente os alunos e educadores.

5. Considerações finais

A evolução cada vez mais rápida da Inteligência Artificial tem transformado significativamente nossas rotinas diárias, influenciando diretamente diversos aspectos da sociedade, incluindo as relações comunicacionais e educacionais. Por meio da análise dos trabalhos selecionados, foi possível observar como a IA tem sido aplicada em diferentes contextos, desde a criação de publicidade até a produção de vídeos educativos, demonstrando seu potencial para otimizar processos e melhorar a experiência do usuário.

Os estudos analisados revelaram principalmente a utilização de inteligência artificial em seu nível mais básico, conhecido como IA fraca, em que a tecnologia é empregada para desempenhar tarefas específicas com eficiência. No entanto, também foi possível vislumbrar perspectivas futuras em direção à IA geral, que busca reproduzir o comportamento humano de maneira mais abrangente. Essa transição levanta questões importantes relacionadas à ética, legislação e segurança, que precisam ser abordadas de forma responsável e cuidadosa.

Além disso, os resultados destacam a importância de haver uma compreensão aprofundada da inteligência artificial e suas implicações na sociedade contemporânea. É essencial promover o debate e a reflexão sobre o uso ético e responsável dessa tecnologia, a fim de garantir que ela seja utilizada para o benefício comum e para promover avanços significativos em áreas como a comunicação e a educação.

Entendemos que a inteligência artificial continuará a desempenhar um papel cada vez mais importante em nossas vidas, interferindo no futuro da sociedade e oferecendo oportunidades para inovação e progresso. No entanto, é muito importante que seu desenvolvimento e aplicação sejam acompanhados por uma abordagem crítica que possa garantir que os benefícios sejam maximizados, assim como os riscos potenciais sejam identificados e reduzidos.

Além disso, a introdução de IA em contextos educacionais e comunicacionais deve ser acompanhada de iniciativas para promover o acesso equitativo, garantindo que todos os alunos e comunidades possam se beneficiar das inovações tecnológicas. Isso exige políticas de inclusão digital e formação de professores para o uso responsável da IA. A falta de equidade nesse acesso pode ampliar a desigualdade social e educacional, prejudicando grupos que já são marginalizados. Assim, a IA deve ser implementada com uma visão crítica, que valorize a responsabilidade social e priorize o desenvolvimento inclusivo e acessível.

Com isso, é preciso que instituições educacionais, profissionais da área de comunicação e legisladores estejam preparados para enfrentar desafios e oportunidades trazidos pela IA. Investimentos em pesquisa, desenvolvimento de políticas públicas e programas de formação contínua são fundamentais para capacitar indivíduos e organizações a adotarem práticas que promovam uma integração ética e eficiente da inteligência artificial e toda a tecnologia que vem

com ela em nossa sociedade. Concluímos, por fim, que as estratégias de IA observadas na publicidade oferecem um referencial importante para o desenvolvimento de práticas inovadoras na comunicação educacional, possibilitando personalização e engajamento no processo de ensino e aprendizagem.

REFERÊNCIAS

ANHOLETT, Izabela. A Virada da Sua Carreira. Aula 1 - Série: **Inteligência Artificial**: Carreira do Futuro. Publicado por Exame em 20 de março de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4n1ntYBhckY>. Acesso em: 19 abr. 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006. (Obra original publicada em 1977).

BONA, Rafael José *et al.* **Produção de vídeos educativos sobre Inteligência Artificial**: ampliando o conhecimento por meio da extensão universitária num curso de Publicidade e Propaganda em Blumenau/SC1. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/374056441_Producao_de_videos_e_educativos_sobre_Inteligencia_Artificial_ampliando_o_conhecimento_por_meio_da_extensao_universitaria_num_curso_de_Publicidade_e_Propaganda_em_BlumenauSC Acesso em: 01 nov. 2023

CORDEIRO, Karolina Maria de Araújo. **O Impacto da Pandemia na Educação**: A Utilização da Tecnologia como Ferramenta de Ensino. 2020. Disponível em: <https://dspace.sws.net.br/jspui/handle/prefix/1157>. Acesso em: 18 dez. 2023.

DE AZEVEDO, Sandro Tôrres. **Questões sobre mascotes digitais**: publicidade, inteligência artificial e enunciação. 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2655-2.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

GABRIEL, Martha. **Inteligência artificial**: do zero ao metaverso. Barueri, SP: Atlas, 2022.

GABRIEL, Martha. **Inteligência Artificial**: do zero a superpoder humano. TEDxObjetivoSorocaba. TEDx Talks em 12/02/2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7zW6QMtrVA0>. Acesso em: 19 abr. 2024.

GABRIEL, Martha. **Geração Z tem dificuldade ao usar computadores e enfrenta desafios no mercado de trabalho**. São Paulo, 11 mar. 2024. Instagram: @marthagabriel. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C4X6JqZgFe2/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

HENRIQUES, Isabella. Inteligência Artificial e publicidade dirigida a crianças e adolescentes. **Internet & Sociedade**, v. 2, n. 2, p. 5-25, 2021. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Inteligencia-artificial-e-publicidade-dirigida-a-criancas-e-adolescentes.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

JOLY, Maria Cristina Rodrigues Azevedo (Ed.). **Tecnologia No Ensino: Implicações Para a Casa do Psicólogo**, 2002. Disponível em: <https://link.ufms.br/cvcCq>. Acesso em: 09 jan. 2024

KAUFMAN, Dora. **A inteligência artificial irá suplantará a inteligência humana?** [recurso eletrônico] Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2028. ePUB.

MACHADO, Gabriel Filipe; BONA, Rafael Jose; SCHLÖGL, Larissa. **A percepção dos profissionais de publicidade audiovisual do município de Blumenau sobre o trailer do filme Morgan criado pela inteligência artificial da IBM1.** Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/348714622_A_percepcao_dos_profissionais_de_publicidade_audiovisual_do_municipio_de_Blumenau_sobre_o_trailer_do_filme_Morgan_criado_pela_inteligencia_artificial_da_IBM Acesso em: 01 nov. 2023.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MORAN, José. **Educação inovadora**: a integração das tecnologias digitais nas práticas pedagógicas. Curitiba: InterSaberes, 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. 2015. Disponível em <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em 22 abr. 2024.

PRENSKY, Marc. **Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning**. Thousand Oaks: Corwin, 2010.

REIS, Clóvis; ZUCCO, Fabrícia Durieux; RANGHETTI, Milena. **Como a inteligência artificial vai afetar o futuro da publicidade**. Razón y palabra, v. 26, n. 114, p. 15, 2022. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8667265>. Acesso em: 01 nov. 2023.

RIBEIRO, Claudio Jose Silva. Big Data: os novos desafios para o profissional da informação. **Informação & Tecnologia**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 96-105, 2014.

Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/itec/article/view/19380>.
Acesso em: 01 nov. 2024.

SANTAELLA, Lúcia. **A Inteligência Artificial é Inteligente?**. São Paulo: Edições 70, 2023.

SILVA, José Victor Ferreira da. **Princípios do acesso à justiça e da publicidade**: o direito à revisão humana das decisões tomadas com o uso da inteligência artificial. 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/24342/1/TCC%20-%20Finalizado-A.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

Recebido em: 22 de maio de 2024.
Aceito em: 29 de outubro de 2024.
Publicado em: 19 de dezembro de 2024.