

RELATO DE EXPERIÊNCIA

QUEM TEM MEDO DE IA?: EDUCAÇÃO MIDIÁTICA PARA A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SOS IMPRENSA

Evelin Canuto¹; canutoevelin8@gmail.com

Isabella Castelo Branco²; isabella.sousa_23jor@fac.unb.br

Rafiza Varão³; rafiza@unb.br

Mariana Ferreira Lopes⁴; lopes.mariana@unb.br

RESUMO

Antes tema restrito à ficção científica e aos lentos avanços da Ciência da Computação sobre o assunto, a Inteligência Artificial (IA) passou a integrar o cotidiano de usuários comuns de mídias digitais, oferecendo não apenas a possibilidade de criar conteúdos com maior agilidade, mas de disseminação de desinformação. Muitos questionamentos sobre a entrada de IA na produção e consumo de materiais jornalísticos tem variado entre as formas de se fazer esses produtos de maneira ética e os modos de tornar possível uma leitura acertada por parte de seus públicos. Este relato narra a primeira experiência de educação midiática do SOS Imprensa – mais antigo projeto de extensão da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – em oferecer ferramentas para a comunidade interpretar e se relacionar criticamente com a IA empregada no Jornalismo: a oficina “Quem tem medo da IA? Compreendendo criticamente a presença de Inteligência Artificial nos meios de comunicação”.

PALAVRAS-CHAVE

Inteligência Artificial. Jornalismo. Educação Midiática. SOS Imprensa. Extensão.

1. INTRODUÇÃO

Em atividade há 29 anos, quando se constituiu como projeto de pesquisa em 1996, o SOS Imprensa acompanha três décadas de iniciativas referentes à educação

¹ Graduanda do 7º semestre pelo Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Extensionista-chefe do SOS Imprensa (2024).

² Graduanda do 4º semestre pelo Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Extensionista do SOS Imprensa (2024).

³ Professora do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Teorias e Tecnologias da Comunicação. Coordenadora do SOS Imprensa. Orientadora do trabalho.

⁴ Professora do Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Comunicação. Vice-coordenadora do SOS Imprensa. Orientadora do trabalho.

para a mídia no Brasil – cujas bases no país só se fortaleceram de maneira mais contundente após o fim da última Ditadura Militar (1964-1985). Conforme Marquette (2021), foi somente a partir da década de 2000, entretanto, que houve de fato o crescimento do interesse sobre o assunto nas universidades brasileiras, entre os pesquisadores das áreas de Comunicação e Educação, em especial pelo desenvolvimento das tecnologias digitais.

Dessa forma, ainda que os termos *Educação para as mídias* ou *Mídiaeducação* remontem à década de 1960 (Cortes, Martins e Sousa, 2018), sobretudo por iniciativas ligadas à Unesco, a agenda de educação midiática enquanto política pública se dá de forma mais tardia no Brasil. Apenas em 2023, o governo federal instituiu, por meio da Secretaria de Políticas Digitais da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, a *Estratégia Brasileira de Educação Midiática*⁵. Trata-se da primeira iniciativa de implantação de uma política pública nacional sobre educação midiática, embora outras incidências do tema em políticas locais, como a Lei Educom na cidade de São Paulo-SP⁶, ou em outras políticas mais amplas, como a Base Nacional Comum Curricular, sejam anteriores.

Essa pequena cronologia dá conta de delinear, muito brevemente, uma ascensão da relevância social (mais que acadêmica) do assunto e de como o cenário atual requer sua discussão. A essa escalada, deve-se somar outro ponto determinante no cenário contemporâneo relacionado a sua proeminência atual: o ecossistema desinformativo (Wardle, Derakhshan, 2017), cujas dinâmicas tornam a educação midiática uma necessidade premente.

Além dos conhecidos problemas referentes às desinformação, desde 2023, com a popularização do ChatGPT, as questões relacionadas à Inteligência Artificial nesse

⁵ Disponível em:

https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-sp/digi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Acesso em: 18 mar. 2025.

⁶ Lei que institui o programa EDUCOM-Educomunicação pelas ondas do rádio, no Município de São Paulo, iniciativa desenvolvida pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. Disponível em:

[https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/lei-13941-de-28-de-dezembro-de-2004/detalhe#:~:text=Detalhes%20da%20Norma%20\(LEI%20N%C2%BA,28%20de%20Dezembro%20de%202004\)&text=Institui%20o%20Programa%20EDUCOM%2DEducomunica%C3%A7%C3%A3o.Paulo%2C%20e%20od%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs.&text=Decreto%20n%C2%BA%2046.211%2F2005%20%2D%20Regulamenta%20o%20Programa%20EDUCOM](https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/lei-13941-de-28-de-dezembro-de-2004/detalhe#:~:text=Detalhes%20da%20Norma%20(LEI%20N%C2%BA,28%20de%20Dezembro%20de%202004)&text=Institui%20o%20Programa%20EDUCOM%2DEducomunica%C3%A7%C3%A3o.Paulo%2C%20e%20od%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs.&text=Decreto%20n%C2%BA%2046.211%2F2005%20%2D%20Regulamenta%20o%20Programa%20EDUCOM). Acesso em: 19 mar 2025.

contexto também passaram a integrar o rol das preocupações ligadas à educação midiática, uma vez que o fenômeno – antes distante do usuário comum das mídias digitais – passou a compor o cotidiano dos cidadãos.

Atento a essas transformações e suas implicações éticas, o SOS Imprensa realizou, em novembro de 2024 sua primeira oficina, desde sua criação, sobre a matéria, com finalidade de fornecer à comunidade atendida pelo projeto “[...] instrumentos para que os cidadãos se relacionem de maneira mais crítica e consciente com a IA presente em produtos de comunicação, compreendendo melhor seus aspectos negativos e positivos” (Varão, 2023).

Intitulada **“Quem tem medo da IA? Compreendendo criticamente a presença de Inteligência Artificial nos meios de comunicação”**, a oficina agora relatada incorporou a temática, a partir da observação das conjunturas emergentes nos cenários do Jornalismo e da Comunicação sobre Inteligência Artificial, no intuito de educar para o uso crítico e consciente dos meios de comunicação e veículos jornalísticos nesse novo momento das mídias digitais. Este texto é um relato sobre essa experiência.

2. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Quando foi idealizada na década de 1950, por matemáticos, a Inteligência Artificial como uma realidade cotidiana estava muito longe de se concretizar. Esse objetivo encontrava dificuldades de desenvolvimento por razões que seus próprios idealizadores deixavam claro no primeiro programa de pesquisa a utilizar o termo IA: a baixa capacidade de memória das máquinas existentes à época e a inabilidade para escrever programas; a escassa reflexão sobre linguagens de computador; a insuficiência de teorias sobre redes neurais; ausência de bons métodos de computabilidade; carência de estudos sobre auto-aprimoramento; e, de forma menos explícita, necessidade de início dos estudos (McCarrthy; Minsky; Rochester; Shannon, 1955). Esses pesquisadores sabiam que a difusão da IA só seria possível quando os computadores fossem capazes de um grande armazenamento e processamento.

O futuro chegou. Hoje, as tecnologias de Inteligência Artificial permeiam nosso dia a dia, desde o preenchimento automático dos textos que digitamos em aplicativos e programas de edição, até a presença cada vez maior daquilo que chamamos de IA Generativa, cujo grande expoente é o ChatGPT. Além do fascínio que exerce, a IA também gera medo. Num contexto de desinformação, ainda traz preocupação diante de um cenário em que reconhecer um conteúdo verdadeiro se torna cada vez mais difícil justamente pela sua presença sofisticada.

Toma-se como exemplo as diretrizes sobre a desinformação gerada por tecnologias de Inteligência Artificial em propagandas eleitorais no pleito municipal de 2024. A recente Resolução do Tribunal Superior Eleitoral sobre o tema (Resolução nº 23732 de 27 de fevereiro de 2024⁷) dispõe sobre a obrigatoriedade de identificação de conteúdo sintético multimídia gerado por IA, bem como a proibição de *deep fakes* para o prejuízo ou favorecimento de candidaturas e o uso de *chatbots*, avatares e conteúdos sintéticos para a simulação da comunicação entre eleitores e candidatos. Trata-se de uma resposta diante dos desafios de um ecossistema desinformativo e ameaças ao ambiente democrático enfrentados em eleições anteriores.

Interessante notar que, na prática, o uso amplo de IA na propaganda eleitoral deu-se em campanhas de baixo orçamento para produção de conteúdo e *jingles* e que a geração de *deep fakes*, ainda que de impacto limitado, foi de autoria do público, incluindo casos de *deep nudes* de candidatas do gênero feminino. O *Observatório de IA nas eleições*⁸ identificou também incidentes com plataformas de IA generativa como a da Meta, que divulgou informações desatualizadas sobre o segundo turno das eleições na cidade de São Paulo-SP (Sala ..., 2024).

Se, por um lado, nesse exemplo observa-se o debate e a tentativa de construção de um ordenamento jurídico e de diretrizes para o uso ético e regulação dessas tecnologias e seus ecossistemas, somando-se os projetos de lei que estabelecem o marco regulatório da IA no Brasil (PL.2338/2023) e das plataformas digitais (PL

⁷ Disponível em

<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2024/resolucao-no-23-732-de-27-de-fevereiro-de-2024>. Acesso em: 19 mar 2025.

⁸ Iniciativa conduzida pelo Aláfia Lab e Data Privacy Brasil em parceria com o Desinformante nas eleições municipais de 2024. Disponível em: <https://desinformante.com.br/observatorio-ia/>. Acesso em: 19 mar 2025.

2768/2022), por outro, evidencia-se a importância da educação midiática para a análise e uso crítico dessas tecnologias pelos usuários, inclusive sobre o contexto econômico, político e social da plataforma (Brasil, 2023).

Muito além de um posicionamento maniqueísta entre riscos e potencialidades, a educação midiática se firma como processo essencial para a garantia da cidadania comunicativa na contemporaneidade. Seu objetivo, ao considerar a complexidade das práticas cotidianas das pessoas no ecossistema comunicacional moldando e sendo moldadas por ele, se volta ao desenvolvimento e fortalecimento da percepção crítica, da expressão criativa e da participação. Isto perpassa por abordagens que englobam tanto a análise textual, relacionada às diferentes linguagens midiáticas e representações, como a análise contextual sobre as dimensões sociais desse ecossistema, além da produção criativa ou o *aprender sobre comunicação fazendo comunicação* (Buckingham, 2022).

Assim, ao tornar familiar o que é estranho e fazer transparente o que é opaco, a educação midiática contribui para a elaboração de questionamentos sobre as estruturas, as circunstâncias, os usos e as significações de um ambiente midiático em profunda transformação, no qual as antigas mídias e novas tecnologias coexistem e se transformam mutuamente. Nesse contexto, é fundamental que a educação midiática também se volte para a avaliação da IA, bem como forneça reflexões e instrumentos para que o usuário comum consiga discernir entre suas possibilidades o uso ético e acertado de seus recursos, tanto pelos *media* quanto em suas próprias ações em ambientes digitais.

Diretrizes recentes da Unesco em torno da *Alfabetização midiática e informacional*⁹ (AMI), por exemplo, reconhecem a necessidade da articulação da educação midiática, alfabetização informacional e educação digital para o desenvolvimento de um letramento sobre Inteligência Artificial ou *AI Literacy*. Presente em seu mais recente currículo de AMI, esse letramento abrange competências para o reconhecimento e compreensão crítica da Inteligência Artificial

⁹ Conceito adotado pela Unesco a partir do início do século XXI para referir-se a uma noção unificada de mídia-educação e alfabetização informacional que envolve desde a compreensão do papel e funções das mídias e outros provedores de informação nas sociedades democráticas às habilidades tecnológicas para o processamento de informação e produção de conteúdo (Wilson *et al.*, 2013).

em sua relação com o processamento algorítmico e a lógica das plataformas digitais de redes sociais. Aborda também uma análise contextual econômica e social articulando questões como discurso de ódio, desinformação, impactos nos sistemas democráticos e o ecossistema de plataformas formado pelas *Big Techs* (Grizzle *et al.*, 2021).

Iniciativas de educação midiática sobre o tema devem, portanto, considerar as inovações proporcionadas especialmente a partir da popularização da IA generativa em suas oportunidades e também preocupações éticas e sociais centradas no ser humano e na transparência. Ao assumir a inter relação entre riscos e benefícios, tais ações devem ter em seu horizonte o questionamento: quais são os conhecimentos, as habilidades e as atitudes necessárias para uma relação crítica e intencional com os sistemas de inteligência artificial? (Grizzle *et al.*, 2021). Foi a partir dessa ideia que a oficina aqui relatada se construiu.

3. QUEM TEM MEDO DE IA? ✓

A oficina “**Quem tem medo da IA? Compreendendo criticamente a presença de Inteligência Artificial nos meios de comunicação**”, aberta à comunidade interna e externa, com público estimado de 25 participantes, teve como objetivo promover um debate acerca do uso da Inteligência Artificial nos meios digitais, focando nas “[...] questões de Inteligência Artificial vinculada às comunicações, educandos os cidadãos sobre suas possibilidades e riscos” (Varão, 2024).

A oficina integrou a programação da 24^a Semana Universitária (Semuni), da Universidade de Brasília, evento tradicional da instituição, voltado para seus projetos de extensão e que busca, durante uma semana, promover atividades para todas as comunidades atendidas pela universidade no domínio extensionista. Na sua edição de 2024, foram oferecidas mais de 1.200 ações¹⁰, distribuídas entre quatro *campi*, de forma gratuita.

¹⁰ Disponível em: <https://noticias.unb.br/institucional/7642-a-semana-universitaria-esta-ai-participe>. Acesso em: 18 mar. 2025.

Realizada em 5 de novembro de 2024, no período da manhã, “**Quem tem medo da IA?**” teve 11 extensionistas atuando como oficinairos. O conteúdo do programa da oficina, roteiro, e a apresentação foram elaborados pelos extensionistas, com o intuito de incentivar sua autonomia, sob a supervisão dos docentes coordenadores do projeto. Esse procedimento é, na verdade, uma padrão do SOS Imprensa. No projeto, os estudantes são convidados a atuar diariamente como líderes de suas próprias ações, indicando não somente as atividades que gostariam de desenvolver, mas planejando-as desde a ideia até sua execução.

A apresentação seguiu uma estrutura organizada em seções. Na introdução foram apresentados conceitos fundamentais sobre Inteligência Artificial, abordando sua origem, evolução até a contemporaneidade e suas aplicações e implicações no cotidiano, com o propósito de oferecer uma compreensão global sobre o tema para os participantes. A segunda parte contextualizou a IA no meio digital, com um recorte na sua presença no jornalismo digital. Nesse sentido, destacou-se o debate acerca da ética no uso dessas tecnologias, a ausência de regulamentação e de códigos de conduta para sua aplicação, bem como a problemática da confiança irrestrita em sistemas de IA e suas implicações.

Torna-se essencial refletir sobre a ética diante dessa configuração, pois se trata de um pilar estruturante da prática jornalística, garantindo sua credibilidade, autonomia profissional e princípios fundamentais, como veracidade, precisão, justiça, imparcialidade, independência, não-dano, não-discriminação, responsabilidade, respeito à privacidade e ao sigilo das fontes. O projeto parte do entendimento de que todos esses valores são fundamentais e não devem ser comprometidos em troca de uma promessa de agilidade cuja transparência é incerta. Dessa forma, a oficina buscou expor os diferentes aspectos da tecnologia, promovendo uma visão crítica e desmistificando seu uso no jornalismo.

Na terceira e última etapa da oficina, foi conduzida uma atividade prática com os participantes. Conforme a proposta de compreender a utilização da IA nos meios de comunicação e desmistificar e tirar dúvidas sobre essa tecnologia, foram apresentadas diversas ferramentas de IA aplicáveis tanto ao cotidiano quanto ao ambiente profissional. Além disso, foram realizados exercícios para identificar o uso

da IA em textos e imagens no jornalismo, chegando na hipótese/ideia que essa tecnologia não deve ser temida e que uma das suas funções é automatizar tarefas do cotidiano. No mercado de trabalho, o seu papel é de potencializar o desempenho de profissionais capacitados para utilizarem essa tecnologia da melhor forma (Mussa, 2024). Por outro lado, reforçou-se que o uso de IA só pode ser considerado ético a partir do princípio primeiro da transparência, já citado aqui.

Por fim, considerando o objetivo didático e interativo da oficina, foi realizada uma dinâmica na qual os participantes analisaram imagens e vídeos gerados por IA, aplicando os métodos anteriormente ensinados pelosicineiros para reconhecer essa tecnologia na mídia.

Ao todo, a oficina contou com 28 participantes¹¹ e teve uma significativa interação e engajamento do público, também impulsionados pelas dinâmicas propostas e pela relevância da discussão sobre o uso da IA. A atividade teve uma duração total de três horas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A oficina **“Quem tem medo da IA? Compreendendo criticamente a presença de Inteligência Artificial nos meios de comunicação”** se construiu alinhada a dois objetivos do SOS Imprensa como projeto de extensão e observatório de mídia: 1) fomentar a perspectiva crítica da comunidade em relação aos conteúdos midiáticos; 2) ao estimular o protagonismo dos estudantes em suas ações, possibilitar a dupla via da formação pretendida pelo projeto: ao buscar instruir a comunidade e realizar a transferência de conhecimento, instruir-se a si mesmo.

A oficina também comporta a dimensão de atualização contínua do SOS Imprensa, a partir de sua avaliação das inovações e reconfigurações das práticas jornalísticas e de comunicação aceleradas em função das possibilidades crescentes das mídias digitais.

A Inteligência Artificial deixou de ser um assunto de especialistas, passando a ser elemento constituinte das sociabilidades intermediadas pelas interfaces das redes digitalizadas e aplicativos incorporados ao cotidiano – e mais uma vez aproxima as

¹¹ Foram abertas três vagas extras em função da procura.

tecnologias computacionais de problemas típicos da comunicação. Que efeitos a IA tem, por exemplo, na disseminação de conteúdos inverídicos ou como o Jornalismo pode se valer desse tipo de tecnologia em sua práxis? Ainda: quais são as implicações desse uso para seus consumidores? Como a população pode compreender melhor o uso de IA na prática jornalística, não apenas de maneira passiva mas crítica?

Dessa forma, a primeira oficina do SOS Imprensa sobre o assunto indica caminhos a serem seguidos nos próximos anos, com maior substrato, com o avanço das pesquisas e da própria tecnologia. Seu alto número de interessados quando de sua realização também sinaliza que a educação midiática sobre a matéria é um desejo que perpassa a comunidade, que busca, por seus próprios meios compreender melhor o impacto da Inteligência Artificial em sua vida, além de conseguir discernir como entendê-la e utilizá-la de modo consciente.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática**. Brasília: Secretaria de Políticas Digitais. 202.

Disponível em:

https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-spdi-gi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Acesso em: 19 mar 2025.

BUCKINGHAM, D. **Manifesto pela educação midiática**. São Paulo: Edições SESC, 2022.

CORTES, Tánisse Paes Bóvio Barcelos; MARTINS, Analice de Oliveira; SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de. Educação midiática, educomunicação e formação docente: parâmetros dos últimos 20 anos de pesquisas nas bases Scielo e Scopus. **Educação em revista**, v. 34, p. e200391, 2018.

GRIZZLE, A., *et al.* **Media and information literate citizens: think critically, click wisely!** Paris: Unesco, 2023.

MCCARTHY, John; MINSKY, Marvin; ROCHESTER, Nathan; SHANNON, Claude. **A proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence**. 1955. Disponível em: <https://shre.ink/2bOu>. Acesso em: 07 ago. 2023.

MARQUETTO, Cristiane. **Alfabetização midiática e jornalismo: práticas jornalísticas na escola para o desenvolvimento do pensamento crítico no combate à desinformação**. 2021. Dissertação (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Unisinos, [S. l.], 2021



NUNES, Ana Carolina. **IA não vai roubar seu emprego (por enquanto), mas vai mudar tarefas, diz especialista.** 2024. IstoÉ Dinheiro. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/ia-nao-vai-roubar-seu-emprego-por-enquanto-fois-ela-automatiza-tarefas-nao-profissoes-diz-especialista/>. Acesso em: 03 nov. 2024.

SALA de Articulação contra Desinformação. **A questão digital nas eleições municipais de 2024 no Brasil:** Evidências e reflexões a partir da atuação de organizações membros da Sala de Articulação contra Desinformação. Salvador: Aláfia Lab, 2024. Disponível em: <https://salacontradesinformacao.com/wp-content/uploads/2024/12/A-questao-digital-nas-eleicoes-municipais-de-2024-no-Brasil-4.pdf> Acesso em: 19 mar 2025.

VARÃO, Rafiza. **Proposta de oficina:** Quem tem medo da IA? Compreendendo criticamente a presença de Inteligência Artificial nos meios de comunicação. Brasília, 2024. Documento não publicado.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder:** Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Estrasburgo: Council of Europe, 2017.

WILSON, C. *et al.* **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores. Brasília: Unesco, 2013.