

Conteúdo para quem?

O teatro algorítmico do conteúdo: autoria em crise e consumo sintético na era da internet morta¹

Lidiane Faria ²

Nikolly Amancio ³

Resumo expandido

A ascensão exponencial da Inteligência Artificial (IA) Generativa e a automação maciça de conteúdo impuseram uma validação crítica à Teoria da Internet Morta (*Dead Internet Theory*). Esta tese, ao postular a saturação do espaço digital por conteúdo e interações predominantemente automatizadas e não orgânicas/humanas, sinaliza uma profunda crise na autenticidade da experiência online e, conseqüentemente, na credibilidade da informação e da cultura.

O problema central desta pesquisa é duplo ao observar como a facilidade e o baixo custo da geração de conteúdo por IA redefinem o mercado midiático e cultural em sua totalidade, erodindo a autoria humana (não somente no jornalismo, mas em todas as esferas da criação e comunicação); e ao investigar as perspectivas de uso responsável, ético e crítico da IA, propondo um modelo de domínio tecnológico humano que promova uma "simbiose crítica" em vez de uma subordinação algorítmica.

A concretização dessa simbiose, no entanto, exige também uma redefinição urgente da responsabilidade profissional das organizações de tecnologia, desenvolvedores e engenheiros de inteligência artificial. Estes agentes, que codificam as regras do ambiente digital, têm o dever ético de mitigar vieses algorítmicos e garantir a auditabilidade e a transparência dos modelos. A

¹ Trabalho apresentado no eixo 24. Jornalismo de dados, IA, integridade da informação e novas narrativas do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cáspier Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Graduada em Relações Públicas pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e especialista em Jornalismo pela Faculdade Cáspier Líbero (FCL). Atua como docente do curso de Comunicação do Centro Universitário das Américas. Integrante dos Grupos de Pesquisa AlgoritmCom e InfluCom. E-mail: falecom@lidifaria.com

³ Técnica em Gestão da Tecnologia da Informação pela Universidade Estácio de Sá, atualmente Cloud Solution Engineer. E-mail: nikollyamancio2@gmail.com

opacidade intencional dos Large Language Models (LLMs) e dos algoritmos de recomendação contribuem diretamente para a crise de autenticidade da "Internet Morta" ao obscurecer a origem (humana ou sintética) do conteúdo e das interações.

O quadro teórico é ancorado na crítica da economia da atenção, onde a IA Generativa maximiza a extração de dados e o engajamento automatizado, culminando no "Teatro Algorítmico do Conteúdo". Contudo, o trabalho se afasta de uma visão puramente distópica para explorar a possibilidade do uso de inteligência artificial sob uma perspectiva responsável, que preserve a transparência, a justiça e, sobretudo, a priorização dos agentes humanos.

A substituição do trabalho pessoal, atualmente, atinge todo o ecossistema de produção de conteúdo, veículos de comunicação e até mesmo em influenciadores digitais e empresas, já que também dependem das lógicas das plataformas digitais para se conectarem aos seus *stakeholders*⁴. Da comunicação empresarial ao marketing e entretenimento, a priorização da metáfora do resultado traz uma rede onde o conteúdo é abundante, mas a voz humana rara, criando um déficit de autenticidade.

Em contrapartida à lógica extrativista, a pesquisa propõe que a Inteligência Artificial Generativa não precisa ser inerentemente destrutiva para a autoria humana, mas um potente assistente para aprimorar eficiência em trabalhos com alto volume de dados - focando, assim, a interação humana para a investigação e a criatividade.

Em vez de focar apenas em métricas de eficiência (velocidade e volume) ditadas por algoritmos, é crucial que a indústria e a academia desenvolvam padrões humanos de qualidade (*human-centric benchmarks*) para avaliar o conteúdo. Tais métricas devem ir além da mera precisão factual, facilmente replicável pela IA, e incorporar elementos de originalidade, profundidade contextual e ressonância emocional/cultural, aspectos que definem a essência da autoria humana. A imposição desses benchmarks de qualidade pode servir como um filtro contra a "saturação digital" de conteúdo automatizado, incentivando o investimento na produção humana e singular, reorientando o mercado ao valor da curadoria e da investigação aprofundada. O combate

⁴ Stakeholders: conceito que abrange todos os atores que exercem influência ou são influenciados de alguma forma pelas ações, decisões, objetivos ou resultados de uma empresa, projeto ou organização.

à saturação digital e à crise de autenticidade depende, portanto, de mecanismos técnicos de transparência.

Os profissionais de tecnologia, por sua vez, devem priorizar a criação de sistemas que incluam *watermarking*⁵ digital e métodos claros de identificação de autoria (humana ou de máquina), conforme as melhores práticas e regulamentações internacionais. Essa abordagem garante a prestação de contas (*accountability*) e permite que os criadores e a sociedade façam uma supervisão humana efetiva, rejeitando o chamado "viés de automação", ou seja, a tendência de confiar cegamente na precisão da máquina. A responsabilidade não é apenas técnica, mas estrutural, ao moldar a conformidade ética da plataforma onde a comunicação social e cultural se manifesta.

Profissionais de tecnologia têm o dever ético e técnico de realizar auditorias contínuas de vieses algorítmicos em todas as fases do desenvolvimento, incluindo a identificação e a correção de *datasets*⁶ que possam perpetuar disparidades sociais, culturais ou históricas. A falha em mitigar intencionalmente estes vieses transforma a IA Generativa em um vetor de desigualdade e desinformação, exacerbando a desconfiança pública e minando a possibilidade de uma "simbiose crítica" baseada na justiça e na equidade. A saturação por conteúdo sintético e enviesado amplifica a necessidade de uma ética robusta na engenharia de dados.

As plataformas digitais e os grandes veículos de mídia não são apenas receptores, mas também *gatekeepers* (porteiros) e curadores do ecossistema de conteúdo e têm uma responsabilidade decisiva no combate à Internet Morta. Devem ir além da simples rotulagem (*labeling*) de IA e investir em curadoria humana de alta qualidade e em tecnologias robustas de detecção de conteúdo sintético. A priorização de fontes e autores verificados e a adoção de políticas rigorosas de transparência em relação ao conteúdo patrocinado ou automatizado são essenciais. Este papel, de custódia da informação, deve ser assumido como uma obrigação ética de serviço público, garantindo que o seu ambiente não se torne um mero canal de distribuição de ruído algorítmico.

⁵ Watermarking: técnica utilizada para proteger a autoria, a propriedade intelectual e a autenticidade de conteúdos digitais (como imagens, vídeos, documentos e áudios)

⁶ Datasets: coleção organizada de dados estruturados, usados como matéria-prima para análise, pesquisa, estatística e, principalmente, para treinar modelos de Inteligência Artificial (IA) e Machine Learning (ML)

Portanto, é fundamental que a Governança da IA seja incorporada no ciclo de vida do desenvolvimento (*AI Governance by Design*). Os profissionais de tecnologia devem priorizar a criação de sistemas que incluam mecanismos de identificação de autoria (humana ou de máquina), assumindo um papel proativo na defesa da credibilidade da informação. A responsabilidade não é apenas técnica, mas sobretudo ética, ao moldar a estrutura da comunicação social e cultural do futuro.

Para a sociedade, por sua vez, a defesa final é a educação midiática e o desenvolvimento de uma competência informacional robusta. Em um ambiente de conteúdo sintético, a capacidade do cidadão de discernir a autoria humana, questionar a fonte e resistir à manipulação algorítmica é a única forma de garantir a saúde democrática e cultural. O desafio não é banir a IA, mas integrá-la sob o domínio ético e crítico dos humanos, assegurando que a tecnologia sirva para potencializar a expressão humana e a verdade, e não para sufocá-las em um mar de automatização.

Vivemos uma época em que o comodismo digital parece ter tomado conta de nós. Quando se fala em internet morta, não se trata apenas de *bots* e algoritmos, mas de uma percepção inquietante: a de que estamos delegando à máquina a parte mais humana de nós: o pensar, o criar, o sentir. Grande parte dos textos, publicações e interações nas redes já nasce da pena invisível da inteligência artificial generativa. O que deveria ser uma ferramenta de apoio à mente humana têm se transformado, cada vez mais, em um substituto da reflexão. Trocamos o esforço de pensar pela conveniência de clicar.

Pensemos, por exemplo, nos e-mails corporativos: quantos hoje são redigidos por uma IA? Provavelmente milhões, distribuídos com textos e mensagens bem estruturados, criados a partir de lógicas codificadas. No outro extremo, o conteúdo que consumimos em nossos momentos de pausa é filtrado, moldado e recomendado por algoritmos de predição que conhecem nossos hábitos melhor do que nós mesmos. A teoria da internet morta talvez seja, no fundo, um sintoma dessa inquietação: não o medo de que a rede tenha morrido, mas o medo de que nossa capacidade de interação autêntica esteja sendo anestesiada. Talvez a pergunta mais profunda não seja “*quanto da internet é artificial?*” mas, então, em “*por que há tanto interesse em substituir as interações humanas?*”.

A substituição do humano pela máquina, movimento sutil, sedutor e conveniente parece nascer de um projeto mais amplo de controle da atenção e padronização do pensamento. Cada recomendação ou “*feed*” personalizado, sobretudo, reforça bolhas e apaga nuances. E, enquanto a tecnologia evolui para simular a emoção humana, nos tornamos espectadores de nós mesmos, distraídos e satisfeitos com o mínimo de fricção cognitiva. O perigo, portanto, não é que a internet esteja morta, mas que nós nos tornemos mortos-vivos dentro dela, consumindo e produzindo ecos automáticos em vez de ideias. A inteligência artificial pode e deve ser uma parceira na ampliação do pensamento humano, mas nunca o seu substituto.

Em nossa ânsia por automatizações e pela praticidade ilimitada que a tecnologia oferece, transformamos a rede em um imenso circo mercadológico. Vendemos imagens, ideais, estilos de vida e até fragmentos de nós mesmos. A lógica comercial se infiltrou nas esferas mais íntimas da existência digital. O *feed* tornou-se um espelho publicitário, onde somos, ao mesmo tempo, consumidores e mercadorias. Enquanto acreditamos exercer liberdade de escolha, um exército invisível de algoritmos e *bots* nos observa, calcula, antecipa e decide o que “desejamos” antes mesmo de sabermos. É inquietante perceber como a economia da atenção nos empurra suavemente para a passividade. Somos bombardeados por anúncios a cada minuto ao circular por vídeos, imagens, *reels*, influenciadores e anúncios recomendando incessantemente produtos que, na maioria das vezes, não precisamos. Tudo é tão fluido, tão “personalizado”, que quase não notamos a engrenagem que gira por trás. A máquina do consumo aprendeu a falar nossa língua emocional: sabe quando estamos cansados, ansiosos, solitários e oferece soluções embaladas em promessas de pertencimento.

A publicidade, também, automatizada dita o ritmo da respiração digital. E nós, humanos, perdidos entre o ruído e o reflexo, nos perdemos em um *feed* infinito por horas, tentando encontrar um fragmento de autenticidade em um oceano de simulações. A sensação de estarmos em um espaço vivo, mas inautêntico, também nos causa fadiga emocional.

A inteligência artificial, que deveria ser uma ferramenta de expansão da mente humana, tem sido aplicada como instrumento de adormecimento coletivo. E a tecnologia, como qualquer outra ferramenta, não é o problema em si – mas o uso feito sobre ela. Estamos permitindo, muitas vezes sem saber, que os algoritmos definam o que vemos, o que pensamos, o que compramos e,

em última instância, o que somos. A internet, ainda viva, mas parece nos assistir em silêncio, vendo nos repetir padrões, consumir ilusões e nos perder em uma narrativa criada por máquinas que aprenderam a imitar emoções, enquanto desafio que se impõe é recuperar o que há de humano na comunicação digital. É necessário ensinar e reaprender a olhar criticamente para o que consumimos, questionar o que é real, distinguir a mensagem da manipulação. Será que conseguiremos resgatar a vitalidade da rede e, sobretudo, a nossa própria?

A linha que separa o real do sintético se torna cada vez mais difusa, e com isso perdemos o senso de autoria, o impulso de criação e o desejo de troca genuína. O conteúdo humano se dilui em meio à enxurrada de textos gerados por inteligências artificiais em uma internet que, como ainda conhecemos, não parece estar morta. Ela ainda respira, pulsa, se transforma. O que tem adormecido, talvez, seja o próprio humano.

Talvez o futuro da internet não dependa da tecnologia em si, mas da coragem de reconhecermos o humano ao humano, de devolvermos alma ao código e empatia ao dado. Só assim deixaremos de ser espectadores de um teatro automatizado e voltaremos a ser autores de nossa própria linguagem e da programação de nossas vidas.

Palavras-chave

Palavra-chave: 1. teoria da internet morta; 2. Inteligência artificial generativa; 3. economia da atenção; 4. conteúdo; 5. educação midiática

Referências

BBC NEWS BRASIL. IA: como a tecnologia de inteligência artificial está transformando a criação artística e o direito autoral. BBC News Brasil, [São Paulo], 16 jan. 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cvgpye4xdyzo>. Acesso em: 21 out. 2025.

BLIKSTEIN, I.; FERNANDES, M.; COUTINHO, M. A inteligência artificial na comunicação corporativa. GV-EXECUTIVO, [S. l.], v. 22, n. 2, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/89631>. Acesso em: 20 out. 2025.

BRAZIL JOURNAL. Mais da metade dos textos na internet já são escritos por AI. Brazil Journal, [São Paulo], 16 out. 2025. Disponível em: <https://braziljournal.com/mais-da-metade-dos-textos-na-internet-ja-sao-escritos-por-ai/>. Acesso em: 21 out. 2025.

BOARINI, Margareth. Dos humanos aos humanos digitais e não humanos: a nova ordem social da coexistência. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2024.

BORDIN, Ana Clara Boniatti. A Teoria da Internet Morta: estamos cercados por bots? UFSM, Santa Maria, 7 mar. 2025. Disponível em: <https://www.ufsm.br/pet/sistemas-de-informacao/2025/03/07/a-teoria-da-internet-morta-estamos-cercados-por-bots>. Acesso em: 21 out. 2025.

CHAVES, André. IA vs. criadores humanos. Meio e Mensagem, São Paulo, 20 fev. 2025. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/ia-vs-criadores-humanos>. Acesso em: 21 out. 2025.

COECKELBERGH, Mark. Ética na Inteligência Artificial. Porto Alegre: Bookman, 2023.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, California: Stanford University Press, 2019.

IBM. O que é governança de IA? [S. l.]: IBM, [2025]. Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/think/topics/ai-governance>. Acesso em: 21 out. 2025.

LATAM JOURNALISM REVIEW. Associações de mídia da América Latina endossam princípios para desenvolvimento ético e justo da IA generativa. LatAm Journalism Review, 6 nov. 2023. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/associacoes-de-midia-da-america-latina-endossam-principios-para-desenvolvimento-etico-e-justo-da-ia-generativa/>. Acesso em 19 out. 2025.

LINARES, C. L. ChatGPT não vai roubar nossos empregos, mas aprender sobre tecnologia é crucial, dizem especialistas. LatAm Journalism Review, Austin, 21 ago. 2023. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/chatgpt-nao-vai-roubar-nossos-empregos-mas-aprender-sobre-tecnologia-e-crucial-dizem-especialistas/>. Acesso em: 21 out. 2025.

META FOR DEVELOPERS. Como criar bots. [S. l.], [2025]. Disponível em: https://developers.facebook.com/docs/workplace/integrations/custom-integrations/bots?locale=pt_BR. Acesso em: 21 out. 2025.

NASCIMENTO, Mauro. A simbiose entre humanos e inteligência artificial: uma reflexão. Katholikos Brasil, [S. l.], 20 set. 2023. Disponível em: <https://katholikosbrasil.com/a-simbiose-entre-humanos-e-inteligencia-artificial-uma-reflexao/>. Acesso em: 21 out. 2025.

TECHDROP NEWS. A Teoria da "Internet Morta" é real? Por que a IA está nos fazendo questionar o que é humano. TechDrop News, [S. l.], 07 ago. 2023. Disponível em: <https://www.techdrop.news/p/teoria-da-internet-morta>. Acesso em: 20 out. 2025.

THEWEEK. What is the 'Dead Internet Theory'? The Week, [S. l.], 27 set. 2024. Disponível em:



XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cáspier Líbero. De 11 a 13 de novembro de 2025.



<https://theweek.com/media/what-is-the-dead-internet-theory>. Acesso em: 19 out. 2025.

VAN DIJCK, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013.

VELASCO DE LOYOLA, Nadja et al. Ética na IA. SERPRO, [S. l.], 23 fev. 2023. Disponível em: <https://www.serpro.gov.br/menu/noticias/noticias-2023/etica-na-ia>. Acesso em: 21 out. 2025.

UNESCO. *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. [S. l.]: UNESCO. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence>. Acesso em: 21 out. 2025.