

O PERFIL “PESSOAL” DIANTE DA HIPERCONECTIVIDADE

Caio H. Silva¹
Letícia G. T. Brasil²
Miguel P. U. Furtado³
Nicolas A. G. Malanski⁴
Penelope L. S. Runnacles⁵
Gabriel R. Martins⁶

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17723984>

RESUMO

O presente artigo buscou analisar a forma como o avanço das tecnologias de inteligência artificial, bem como seu respectivo uso em redes sociais, pensando em sua capacidade para influenciar as interações humanas, fragilizando relações sociais em prol de um favorecimento das relações de usuário e ferramentas. Para estruturar esta análise buscamos adotar a metodologia bibliográfica como forma de garantir uma adequada contextualização sobre a problematização, como também uma satisfatória elucidação sobre as formas de aplicação das inteligências artificiais para contato direto com os usuários, seguindo as propostas de autores e pesquisadores especializados na temática. Objetivamos compreender de que forma o uso das I.A.s em diversas plataformas é capaz de influenciar as relações humanas, favorecendo interesses particulares através do uso de sofisticados algoritmos, responsáveis por influenciar o comportamento dos usuários, através da sensação de recompensa durante uso, assim como uma sugestiva sensação de pertencimento, consequência do seu isolamento em bolhas sociais. Conforme o recorte e aprofundamento da pesquisa sobre os teóricos utilizados, foi possível intuir à conclusão de que o comportamento humano pode ser profundamente influenciado pelo uso constante das redes sociais, potencializadas por I.A.s que direcionam os usuários à permanecer conectados por mais tempo. Desta maneira, é possível observar um avanço decrépito na fragilização das relações humanas, dadas como menos interessantes diante da imediaticidade das relações artificiais, isoladas e muitas vezes sugestionadas pela organização dos algoritmos.

Palavras-chave: Hiperconectividade; Inteligência Artificial; Aprendizagem; Interesses; Usuários.

¹ Aluno do Colégio Estadual do Paraná. caio.heusi.silva@escola.pr.gov.br

² Aluna do Colégio Estadual do Paraná. brasil.leticia@escola.pr.gov.br

³ Aluno do Colégio Estadual do Paraná. miguel.urban.furtado@escola.pr.gov.br

⁴ Aluno do Colégio Estadual do Paraná. nicolas.malanski@escola.pr.gov.br

⁵ Aluna do Colégio Estadual do Paraná. penelope.runnacles@escola.pr.gov.br

⁶ Professor do Colégio Estadual do Paraná. ramon.martins.gabriel@escola.pr.gov.br

1 Introdução

Quando, em novembro de 2022, a empresa OpenAI disponibilizou para o público o acesso a sua Inteligência Artificial Chat GPT, houve grande comoção internacional sobre como as habilidades generativas do programa eram surpreendentes e demarcavam um momento disruptivo tanto para história do conhecimento humano quanto do progresso tecnológico. Pela primeira vez, as inteligências artificiais se mostraram capazes de substituir o labor humano para a produção de um texto criativo, inovador e embasado — sendo necessário apenas que lhe fornecêssemos os comandos devidos.

Com a capacidade de acessar diversas fontes de informações e processar uma quantidade massiva de dados de maneira quase imediata, as I.A.s se tornaram uma proposta de intervenção para as tarefas tidas como repetitivas e passíveis de maior efetividade. Mesmo as inteligências artificiais foram postas à prova pelo princípio da efetividade, visto que em menos de cinco anos desde o anúncio do Chat GPT distintas empresas se tornaram determinadas em explorar os potenciais destas novas ferramentas. Deste modo, passamos a testemunhar novos desdobramentos de sua aplicação em distintos e específicos campos, sendo possível que atualmente encontramos uma verdadeira biblioteca de inteligências artificiais, dispostas de acordo com a necessidade do usuário — como se já pudéssemos consultar uma I.A que se especializou no requerido assunto (Cunha, 2025).

Para além da trajetória de desenvolvimento das ferramentas de inteligência artificial, tornou-se necessário questionarmos as suas implicações éticas na sociedade contemporânea, a fim de entendermos com quais problemáticas teremos de lidar a partir daqui.

Herton Escobar (2023) e Francisco Cruz (2024) consideram que há importantes problemáticas que permeiam a relação usuário-rede no que diz respeito não só ao desenvolvimento das inteligências artificiais, mas também aos dados fornecidos pelos usuários, que servirão ao propósito do desenvolvimento das ferramentas. Escobar ressalta que os materiais produzidos pelas I.A.s generativas ainda se baseiam em conteúdos de caráter humano, o que estabelece um viés de qualidade no que diz respeito a

referências de pesquisas sólidas, revisadas e disponibilizadas por distintos autores. Mas como garantir que estes são os conteúdos acessados pela inteligência artificial?

A má notícia é que essa fonte de informações chamada internet está poluída até o osso com desinformação — notícias falsas, mentiras, teorias da conspiração, estudos mal feitos e afins. Será a inteligência artificial capaz de filtrar esses ingredientes tóxicos da receita? E como evitar que ela seja usada para turbinar ainda mais a produção e a disseminação de conteúdos mentirosos ou fraudulentos? (Escobar, 2023).

Há de notar que muita dessa desinformação encontrada na internet não ocorre por equívocos pontuais, mas sim devido à disseminação de ideais e informações de usuários despreparados e não especializados que possuem liberdade plena para a produção de conteúdo, bem como para sua divulgação. Deste modo, a poluição — como vamos chamar — das ferramentas das I.A.s de forma corrente, é uma consequência do modo com o qual as empresas alimentam sua base, isto é: através do treinamento interativo com os usuários e as informações disponibilizadas por eles.

Desta maneira, faz-se necessário que tenhamos bem estabelecida a compreensão das possíveis problemáticas decorrentes dessa nova forma de relação entre humanos e tecnologia, indagando as implicações éticas sobre o modelo adotado pelas empresas para integrá-las ao cotidiano popular e, objetivamente, reter as informações usuários para convertê-las em perfis de consumidores.

2 Diante da hiperconectividade

A hiperconectividade é um fenômeno que redefine a relação entre os indivíduos e a tecnologia, especialmente no vínculo estabelecido entre usuário e rede. Mais do que estar conectado em determinados momentos do dia, se trata atualmente de um estado quase permanente de interação. Hoje grande parte das pessoas, sobretudo os jovens, passam horas diante do celular, muitas vezes sem perceber a extensão desse tempo. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em seu último censo realizado em 2010, e do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br), de 2014,

notou-se que em um conjunto de 34,1 milhões de pessoas entre 10 e 19 anos de idade, aproximadamente 81% acessam a internet regularmente todos os dias. Isso evidencia o quanto a internet está inserida nos lares brasileiros e o seu poder de persuasão (Silva; Silva, 2017).

Portanto, ao considerarmos essa postura social que se dispõe às conexões contínuas, podemos problematizar o ocasionamento de uma sensação de disponibilidade constante — como se o indivíduo estivesse sempre presente e acessível, tornando a presença um elemento suficientemente distinto do que foi até poucas décadas atrás. Assim, é necessário investigarmos duas problemáticas consequentes desta nova realidade: i) o impacto direto na saúde e nas relações entre indivíduos, envolvendo objetivamente os aspectos sociais, cognitivos e afetivos, que são alterados diante de uma nova forma de construção dos relacionamentos interpessoais, tanto em sua construção quanto na sua *manutenção*; bem como, ii) a concretude da *presença* como um aparato das redes para a coleta de dados pessoais, sobretudo para fins lucrativos e coercitivos.

i) A hiperconectividade, primeiramente, está relacionada a uma formalização técnica de diferentes plataformas que procuram condicionar os usuários a sensações de recompensa, emuladas pelo acesso constante a conteúdos filtrados como *gatilhos* para sensações positivas, curtas e que direcionam aos próximos conteúdos — um tipo de hábito que se assemelha demasiadamente ao que, popularmente, reconheceríamos como um hábito vicioso. Estudos mostram que o uso constante de dispositivos digitais contribui para o fenômeno da "atenção fragmentada", onde o foco é constantemente interrompido devido à exposição simultânea a múltiplas informações e notificações (Carr, 2010). Segundo Small e Vorgan (2008), a alternância rápida entre atividades virtuais, conhecida como "multitarefa digital", pode prejudicar a habilidade de concentração prolongada, o que compromete a profundidade da aprendizagem (Júnior, 2024). Além da atenção, a memória e a capacidade de raciocínio também são comprometidas. Consequências essas revelam um cenário alarmante, considerando que o grupo com maior acesso e contato contínuo às redes é a população jovem, a qual os membros ainda se encontram no processo de desenvolvimento cognitivo.

ii) Não obstante, cada ação realizada nas redes, desde uma simples pesquisa até a navegação por horas pelas mídias sociais sem perceber o tempo passar, implica na geração e no fornecimento de dados que são tratados por diversas empresas. Dados estes que, por sua vez, são coletados, processados e utilizados para personalizar conteúdos conforme o perfil do usuário, direcionar anúncios, objetivando uma determinada influência de comportamento de consumo e opinião. Dessa forma, a hiperconectividade abrange um sistema de trocas unilaterais que enquanto o usuário busca meramente a comunicação, informações ou entretenimento, a rede extrai informações valiosas que alimentam algoritmos, performando modelos de vigilância digital, implicando no objetivo final do uso de dados na busca do lucro e da *indução*. Isso bem se reflete na articulação de Andrew Louis, no documentário *O dilema das redes* (2020), que entende que se o produto não possui custo para uso, mesmo que acessado diariamente, é porque o custo será a sua pessoa — o que implica em direitos de imagem, acesso a dados sigilosos ou como fonte de material para formalização de perfis de usuários.

Do modo como a sociedade integrou a tecnologia ao seu cotidiano, tornando-a uma entidade constante na forma como nos relacionamos e como efetivamente estabelecemos as comunicações na contemporaneidade, a *hiperconectividade* se torna propícia não só por um hábito, mas por uma forma de condicionamento segundo interesses particulares voltados ao desenvolvimento de ferramentas ainda mais tecnológicas. O tempo do usuário *on-line* é convertido em tempo de aprendizado para as empresas, enquanto que os seus dados são convertidos em parâmetros de sugestionabilidade.

Portanto, a hiperconectividade, ao ampliar as possibilidades de comunicação e acesso à informação, combinado com os estímulos hormonais e sociais na utilização das redes, cria um ciclo vicioso de dependência, que representa as condições perfeitas para se ter um usuário constantemente conectado, o qual fornecerá dados e lucro a cada instante, sendo ele não apenas um consumidor, mas também parte do funcionamento e da rentabilidade das plataformas digitais.

3 O lugar do sujeito dentro das redes

Esses dados são usados pelas empresas para objetivos mercadológicos: manter o usuário na rede por mais tempo, entregando grandes materiais de publicidade, potencializados pela análise de perfis para propiciar seu interesse. Entretanto, o uso e desenvolvimento destas ferramentas apresenta implicações significativas que vão além da ótica do mercado.

Para manter o usuário na plataforma, são utilizados algoritmos que os entregam conteúdos personalizados e suscetíveis aos seus interesses particulares, com o objetivo de mantê-los engajados, o que é, inclusive, vendido como benefício das plataformas. Porém, isso forma o que Eli Pariser (2011) chama de “*filter bubble*”, em tradução livre: bolha de filtro ou filtrada; onde você só tem acesso a conteúdos que reforçam as suas ideias.

Essas bolhas contribuem para o fenômeno da polarização. Tendo menos acesso a diferentes formas de pensar, as pessoas se acomodam nas suas visões de mundo, passando a ver o que diverge apenas como ameaça, algo externo ao que lhes é comum e, portanto, confortável. O que não é único à internet, porém tem desdobramentos únicos nos espaços virtuais, como consequências da monetização do comportamento online e o consequente fenômeno do “*tailoring*”, com publicidade específica sendo entregue a diferentes usuários (Luzsa; Mayr, 2019).

Diante do isolamento dos usuários em suas “bolhas” sociais, acabamos por testemunhar a formalização de um *ambiente firmador*, criado pela suscetibilidade de pessoas isoladas à reafirmar suas próprias convicções — além de receberem validações externas das pessoas que preenchem estes grupos. Deste modo, visões extremas acabam tendo refúgio em diferentes lugares do espaço online, sem serem combatidas ou corrigidas, mas se proliferando e suscitando propagandas voltadas a estas ideias potencialmente conturbadas — um movimento que explica a ascensão recente de células fascistas e terra-planistas nos anos recentes da internet.

Outro desdobramento do problemático uso dos algoritmos é sobre como os dados dos usuários podem ser transformados em produtos negociáveis, o que Shoshana Zuboff (2019) referencia como uma “economia de vigilância”,

considerando que a análise e o uso dos dados comportamentais de diferentes usuários pode tornar possível um direcionamento das próprias disposições dos usuários.

Objetivamente, a lógica adotada pelos algoritmos para que possam alterar o comportamento dos usuários é a forma com que incentivam a *performatividade*, seja dentro das bolhas, com conteúdos que reforçam as crenças dos usuários, sendo reafirmados, sugestionando as inclinações dos sujeitos, inserindo-os cada vez mais em suas particulares bolhas sociais.. Ademais, essa lógica performática das interações não somente altera os “conteúdos” apresentado, como também as interações interpessoais, alterando substancialmente as relações, deixando-as liquefeitas, superficiais e frágeis (Bauman, 2001).

4 Existem direções planejadas dentro da internet?

Entende-se, portanto, que a utilização das inteligências artificiais na sociedade contemporânea tem desdobramentos que se debruçam por diversos setores, e os impactam de forma diferente. Desta mentira, é necessário compreendermos quais são as implicações éticas dessa aplicação?

Para responder tal pergunta é necessário entendermos primeiramente de que maneira, historicamente, operam todas as novas invenções, a técnica não é neutra: ela é um modo de revelar, que estrutura a relação do homem com o mundo, podendo se converter em instrumento de dominação quando subordinada a interesses de poder (Rüdiger, 2001, p. 23). A tecnologia sempre será utilizada, logicamente, por aqueles os quais a inventaram, seguindo nesta linha, ela também será um instrumento para a aplicação dos interesses daqueles que têm a posse dela.

Neste sentido, essas novas tecnologias podem ser implementadas sem uma análise ética prévia do processo, já que a empresa pode condicionar o uso das informações dos usuários como parte do aceite geral das condições de uso — tendo reconhecido que o aceite de validade legal destas condições não

necessariamente condiz com condutas éticas bem estabelecidas quanto ao tratamento posterior destes dados coletados.

Conforme James O'Donnell (2024) e sua base referencial de um estudo conduzido por Joon Sung Park, tornou-se possível replicar com certa precisão a personalidade de usuários a partir de conversas sobre temas como “infância, memórias marcantes, carreira e opiniões sobre política migratória” (O'Donnel, 2024), o autor explica que:

As réplicas, chamadas de agentes de simulação, foram criadas para facilitar estudos em ciências sociais e outras áreas, reduzindo custos, dificuldades práticas e dilemas éticos do uso de sujeitos humanos. A ideia é que modelos de IA que imitam pessoas reais possam ser usados para testar intervenções em redes sociais contra desinformação ou entender os comportamentos que geram engarrafamentos, por exemplo. (O'Donnel, 2024).

Devemos considerar que tal fenômeno já acontece na prática com os algoritmos das redes sociais, que alimentados por IA's analisam o comportamento do sujeito digital e entregam conteúdo com base nesta análise. Desta maneira, o sujeito fica à mercê do algoritmo, tendências, padrões de comportamento, o pensamento pode ser influenciado a partir daí, aquilo que é decidido entregar ou não para o usuário — uma forma de resposta direta ao perfil criado para esse sujeito singular.

Shoshana Zuboff em *A Era da Vigilância* (2019) imagina um cenário muito parecido com o estudo de Joon Sung Park, considerando que: “O capitalismo de vigilância reivindica unilateralmente a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais” (Zuboff, 2019, p. 12). Voltamos então para a questão levantada do início, considerando que as tecnologias não são neutras, elas têm donos com interesses próprios.

5 A hiperconectividade e a exposição emocional do indivíduo

O uso diário da Inteligência Artificial (IA) tem alterado significativamente a maneira como as pessoas aprendem, se comunicam e estabelecem relações pessoais. Ferramentas como assistentes virtuais, sistemas de recomendações

e chatbots servem não só como suporte, mas também como intermediários nas experiências humanas, influenciando a atenção, o comportamento, a criação de conhecimento e a percepção de empatia (Cruz, 2023). Ao classificar, filtrar e sugerir conteúdos, essas tecnologias moldam opiniões, hábitos de consumo de informação e valores culturais, enfatizando a importância da IA nas interações online.

Entretanto, o progresso dessas tecnologias cria desafios éticos, sociais e psicológicos consideráveis. O uso constante de sistemas inteligentes pode levar à dependência emocional, diminuir a capacidade de foco e afetar a autorregulação, especialmente entre adolescentes e jovens adultos (Santos, 2022). O desenvolvimento de laços emocionais com IA, como em interações com chatbots, revela novas vulnerabilidades psicológicas, onde respostas automáticas são vistas como empatia real. Lamb (2021) destaca a necessidade de considerar questões éticas sobre os limites da autonomia humana em relação às máquinas, enquanto instituições como a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2021) propõem práticas digitais equilibradas que protejam o sono, a socialização e o bem-estar emocional.

Além das preocupações emocionais, a segurança da informação e a proteção dos dados pessoais se tornam fatores cruciais. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) define princípios de transparência, consentimento e minimização no tratamento de dados sensíveis, como informações de saúde (GEDAI, 2022). O compartilhamento não intencional de dados com sistemas de IA coloca os usuários em situação de risco de privacidade e falhas digitais, ressaltando a necessidade de mecanismos de transparência que assegurem que os dados sejam tratados de forma segura e utilizados somente com consentimento explícito.

O documentário *O Dilema das Redes* (2020), como mencionado anteriormente, ilustra como algoritmos influenciam comportamentos, opiniões e estados emocionais para aumentar o engajamento, ressaltando que uma convivência saudável com a IA requer a combinação de três aspectos: i) psicológico, voltado à manutenção do bem-estar; ii) informacional, com foco na proteção de dados; e iii) ético, que orienta o avanço tecnológico de maneira responsável. Exemplos de dependência emocional em relação a chatbots,

como o ChatGPT, enfatizam a necessidade dessa abordagem integrada, demonstrando que confiar cegamente em sistemas automatizados, unida à falta de laços humanos, pode provocar desequilíbrios emocionais e distorções na visão da realidade.

Assim, as considerações sobre o uso cotidiano da IA devem transcender a esfera técnica, envolvendo psicologia, ética, direito e segurança da informação. A educação digital e emocional torna-se fundamental para um uso consciente da tecnologia, promovendo hábitos equilibrados e fortalecendo a autonomia individual, enquanto o desenvolvimento ético das plataformas assegura benefícios sociais sem comprometer direitos, saúde mental e valores humanos essenciais.

Considerações finais

Conforme a evolução das tecnologias atuais de computação cognitiva muitas questões foram levantadas sobre a ética do seu uso, de modo a questionar desde as empresas por trás de tais máquinas até a veracidade de sua capacidade de produção. Com a atual capacidade que as inteligências artificiais têm para confecção de imagens e de fala humanizada se torna imprescindível que questionemos de onde e de que modo foram retiradas as informações utilizadas pelas grandes empresas de tecnologia para treinar esses equipamentos. Torna-se necessário também questionar se o uso das inteligências artificiais é legitimado, ainda que possam estar relacionadas a violações cometidas por suas empresas, quanto ao tratamento de dados, e o descaso com o meio ambiente em relação ao resfriamento de seus servidores.

Os principais métodos de aprimoramento de máquinas de cognição computativa utilizam um método conhecido como “*Deep learning*”, o nome que traduzido significa “aprendizado aprofundado” se refere a uma espécie de “seleção natural” onde milhares de versões do mesmo código são criadas com alterações mínimas entre si, em seguida elas são postas a teste com base em um banco de dados e ao final do teste a versão que melhor executar a tarefa

que lhe foi proposta é mantida enquanto todas as outras são descartadas. Na sequência, agora com essa nova versão, o processo se reinicia.

A adoção desse mecanismo pode ser visto, por exemplo, nos *Captchas* e *reCaptcha*s de sites — a sigla em inglês que significa "*Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart*", traduzido para o português "Teste de Turing público completamente automatizado para diferenciar computadores e humanos". Ainda que tenha como principal tarefa impedir a entrada de "bots" que possam estragar a experiência de usuários ou o desenvolvimento do site, as respostas dos questionários também são usadas para aprimorar a capacidade de diferenciação de imagens de certos sistemas inteligentes, como por exemplo, auxiliar carros autônomos a compreenderem os artifícios da mobilidade urbana como faixas de pedestre e semáforos.

Mesmo que eficiente essa estratégia ainda tem um grande problema, a necessidade de uma quantidade exorbitante de informação, tornando praticamente impossível a coleta desse material de forma completamente legítima, portanto as grandes empresas de tecnologia cada vez mais utilizam de táticas exploratórias para obter esses dados, por isso torna-se cada vez mais comum a existência de empresas donas de ambas I.A.s e plataformas de redes sociais, por serem fontes enormes de informação, assim como a Meta, dona do Facebook, Instagram, WhatsApp e criadora da Meta I.A.

Como referenciado anteriormente, a própria fala popularizada pelo jornalista norte-americano Andrew Lewis expõe a realidade sombria que vivemos com as atuais políticas de privacidade das redes sociais, destacando-se ainda o caso recente da empresa Facebook, atual Meta, que em 2018 foi acusada de vender o acesso às informações de mais de 50 milhões de usuários para a empresa *Cambridge Analytica*, que utilizou esses dados para prever e influenciar as escolhas de eleitores. Um caso que expôs dois problemas com as regras impostas pela empresa: a falta de fiscalização de desinformação e propagandismo político em seu aplicativo, além da vulnerabilidade das credenciais de seus usuários. Com isso em mente, torna-se imprescindível a criação de leis que regulamentem o que pode ser publicado nas plataformas, como o Projeto de Lei 2.630/2020, também chamado de "PL

das Fake News” e de leis que protejam o usuário como Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Outro óbice com a arrecadação de material para treinamento de algoritmos é o conflito com as leis de direitos autorais ou *copyright*, pois para aprimorar a criação de imagens dos sistemas muitas vezes são usadas imagens disponíveis na Internet, mas que não fazem parte do domínio público e que são utilizadas sem o conhecimento e consentimento de seus respectivos criadores. Um exemplo recente que ficou famoso foi o da “trend do Studio *Ghibli*”, onde os usuários utilizavam o ChatGPT para transformar suas fotos em “desenhos” que se assemelhavam ao estilo de animação do *Studio Ghibli*, porém para que o ChatGPT pudesse reproduzir a estética do estúdio foram utilizados os filmes e curtas criados pelos artistas envolvidos nos projetos originais, sem qualquer tipo de reconhecimento ou remuneração atribuída e nem se quer o consentimento dos mesmos. Hayao Miyazaki, co-fundador do estúdio e a principal mente por trás dos filmes já havia exposto seu desprezo pela utilização de inteligências artificiais antes mesmo da tendência, ressaltando como as preferências dos usuários — ou dos detentores dos dados — podem ter seus interesses *sobrepujados* conforme as *oportunidades* mercadológicas vistas por estas empresas.

A tendência das fotos em estilo *Ghibli* também levantou questionamentos sobre se as imagens criadas pelas inteligências artificiais poderiam ser consideradas arte. Atualmente ainda há discussão sobre a veracidade de imagens criadas por algoritmo como arte, porém a arte tem de ser intrinsecamente humana por necessidade da criatividade humana, uma inteligência artificial mesmo que tenha a capacidade de “gerar” fotos não realmente às “cria”, afinal tudo que foi usado para a concepção do aspecto já existia previamente, tendo sido inclusive, confeccionado por humanos, o que se assemelha mais a recortes e reconstruções do que realmente “criações”.

Esse fenômeno pode ser explicado pelo filósofo britânico David Hume em seu livro “Tratado da Natureza Humana”, no qual ele cria os conceitos de “ideia simples” e “ideia complexa”, onde as ideias simples são aquelas que não podem ser criadas pela mente humana, sendo exclusivamente ligadas aos sentidos e já existindo previamente, como as cores, os cheiros e gostos.

Enquanto que as ideias complexas podem ser criadas e são junções de ideias simples, ou seja, dependendo delas, portanto, para as máquinas toda ideia simples que a alimenta foi previamente criada por um humano e toda ideia complexa será dependente de uma origem humana, afinal máquinas não sonham, o que contribui ainda mais para essa ideia é a inabilidade da I.A.s de criarem ideias simples que não foram apresentadas.

Referências

- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BARROS, A. P.; MACEDO, V. dos S.; A segurança da informação nas redes sociais. **Revista Processando o Saber**, [s. l.], v. 13, 252-266, 14 jun. 2021. DOI 10.5281/zenodo. 15073647. Disponível em: <https://www.fatecpg.edu.br/revista/index.php/ps/article/view/180>. Acesso em: 27 out. 2025.
- CRUZ, F. B. Inteligência artificial e internet. São Paulo: **InternetLab**, 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/wp-content/uploads/2024/05/5-Francisco-Cruz.pdf>. Acesso em: 27 out. 2025.
- CARR, N. **The Shallows**: What the Internet is Doing to Our Brains. New York: W.W. Norton & Company, 2010.
- CUNHA, N. P. As bolhas informacionais, a polarização afetiva e a destruição dos vínculos na era digital. **Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas**, 10 ago. 2025. Disponível em: <HTTPS://doi.org/10.5281/zenodo.16790649>. Acesso em: 27 out. 2025.
- ESCOBAR, H.. Inteligência artificial reconfigura a lógica de funcionamento da sociedade. **Jornal da USP**, São Paulo, 19 jun. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=650401>. Acesso em: 27 out. 2025.
- GEDAI – GRUPO DE ESTUDOS EM DIREITO AUTORAL E INDUSTRIAL. O uso de dados pessoais na era digital: uma análise do consentimento do usuário na LGPD. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2022.
- GIL, L. D. Os impactos à saúde mentais causados pelo uso de redes sociais digitais em adolescentes e jovens adultos: uma revisão narrativa. 2024. 28 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Psicologia) - Universidade Federal de São Paulo, Instituto de Saúde e Sociedade, Santos, 2024.
- JÚNIOR, J. F. C.; GOMES, S. M. S.; SILVA, C. F. dos S. et al. Além dos likes e compartilhamentos: o impacto da hiperconectividade na aprendizagem e desenvolvimento cognitivo. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, v. 16, n.

REVISTA PAIDEIA DO COLÉGIO ESTADUAL DO PARANÁ
27^a ed./2025 – ISSN 2595-265X

13, p. e6787, 2024. DOI: 10.55905/cuadv16n13-040. Disponível em: <https://ojs.cuadernoseducacion.com/ojs/index.php/ced/article/view/6787>. Acesso em: 27 out. 2025.

LAMB, L. C. Ética em IA e IA ética. Porto Alegre: **UFRGS**, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/wp-content/uploads/2024/05/8-Luis-Lamb.pdf>. Acesso em: 27 out. 2025.

LUZSA, R.; MAYR, S. Links between users' online social network homogeneity, ambiguity tolerance, and estimated public support for own opinions. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 22, n. 5, p. 325–329, 2019. DOI: 10.1089/cyber.2018.0550. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1089/cyber.2018.0550>. Acesso em: 27 out. 2025.

O'DONNELL, J. Ética e agentes de IA: desafios e implicações. **MIT Technology Review Brasil**, 29 nov. 2024. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/etica-agentes-ia/>. Acesso em: 27 out. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep for children under 5 years of age. Geneva: World Health Organization, 2021.

ORLOWSKI, J. (Direção); RHODES, L. (Produção). **O dilema das redes**. Estados Unidos: Netflix, 2020. (Documentário).

PARISER, E. **The filter bubble, what the internet is hiding from you**. New York: Penguin Press, 2011.

RÜDIGER, F. **Martin Heidegger e a questão da técnica**: prospectos acerca do futuro do homem. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SANTOS,A. L. Os impactos à saúde mental causados pelo uso de redes sociais digitais em adolescentes e jovens adultos: uma revisão narrativa. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

SANTOS, R. A. Desafios jurídicos e normativos da aplicação da LGPD nas redes sociais. **Ciências Sociais Aplicadas**, v. 29, n. 140, nov. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.69849/revistaft/ni10202411300646>. Acesso em: 27 out. 2025.

SILVA, T. O.; SILVA, L. T. G. Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais. **Rev. psicopedag.**, São Paulo , v. 34, n. 103, p. 87-97, 2017 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862017000100009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 27 out. 2025.

SMALL, G.; VORGAN, G. **iBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind**. New York: HarperCollins, 2008.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.