

Percepção dos Profissionais de Marketing sobre o Impacto dos Influenciadores Virtuais

Resumo do livro

“Comunicação e Inteligência Artificial” explora a convergência dinâmica entre as áreas das Ciências da Comunicação e da Inteligência Artificial (IA). Um campo de estudos emergente que procura compreender mudanças sociais profundas, impulsionadas por desenvolvimentos tecnológicos e pela sua adoção crescente. Os vários capítulos da obra reúnem contributos de autores de diversas áreas científicas e geografias, e convidam o leitor a refletir sobre como a IA, as suas tecnologias e as suas aplicações, revolucionam as práticas comunicacionais, transformam a interação humana e desafiam conceitos estabelecidos. Dividido em duas partes, a obra aborda desde as definições fundamentais de inteligência até às implicações organizacionais, culturais, sociais e legais destas novas tecnologias. A primeira parte oferece uma visão crítica e contemporânea sobre a relação entre IA e a comunicação, discutindo temas como o processamento de linguagem natural, os chatbots e a evolução da leitura em contexto digital. A segunda parte mergulha nas práticas e nos desafios da utilização da IA em vários setores como o jornalismo automatizado, o marketing, a regulação de conteúdos e as futuras redes de comunicação 6G. Esta obra é um recurso para quem deseja compreender as complexas interações entre a comunicação e a IA, promovendo uma análise aprofundada e abrangente das oportunidades e dos desafios que emergem com a rápida evolução destas novas tecnologias. Uma leitura que visa ser útil para quem procura navegar com eficácia nas fronteiras entre o humano, a tecnologia e o digital.

Palavras-chave: Comunicação e Inteligência Artificial; IA; Chatbots; 6G;