ESTUDOS DE RECEPÇÃO EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA: um mapa metodológico para pesquisas em Comunicação [1]

RECEPTION STUDIES IN GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE: a methodological map for Communication research

Raquel Lobão Evangelista [2]

Resumo: *este artigo discute a recepção em ambientes mediados por inteligência artificial generativa (IAGen) a partir de três eixos: (i) a virada afetiva e sua relevância para compreender os enquadramentos pré-reflexivos da interpretação; (ii) as mediações sociotécnicas que estruturam a experiência com modelos generativos, articulando camadas técnicas, institucionais e culturais; e (iii) o papel da credibilidade e da agência percebida na formação de julgamentos e expectativas sobre agentes conversacionais. A partir dessa revisão, propõe-se um quadro de aplicabilidade teórico-metodológica que opera como base conceitual para experimentos futuros em estudos de recepção com IAGen, especificando constructos, dimensões observáveis e exemplos de indicadores. Argumenta-se que a recepção algorítmica emerge de um circuito de predisposições afetivas que antecedem e modulam a leitura do conteúdo, deslocando a ênfase da mensagem para a ecologia de mediações que a torna crível, útil e acionável.*

Palavras-Chave: *Recepção Algorítmica. Virada Afetiva. Mediações Sociotécnicas. Agência Percebida.*

Abstract: *This article discusses reception in environments mediated by generative artificial intelligence (GenAI) through three analytical axes: (i) the affective turn and its relevance for understanding the pre-reflexive framings of interpretation; (ii) the sociotechnical mediations that structure experiences with generative models, articulating technical, institutional, and cultural layers; and (iii) the role of credibility and perceived agency in shaping judgments and expectations toward conversational agents. Based on this review, the article proposes a theoretical–methodological applicability framework that serves as a conceptual foundation for future experiments in reception studies involving GenAI, specifying constructs, observable dimensions, and examples of indicators. It argues that algorithmic reception emerges from a circuit of affective predispositions that precede and modulate content reading, shifting the emphasis from the message itself to the ecology of mediations that render it credible, useful, and actionable.*

Keywords: *Algorithmic Reception. Affective Turn. Sociotechnical Mediations. Perceived Agency.*

---

1 Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Recepção, Circulação e Usos Sociais das Mídias. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

2 Professora Adjunta Permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM – UERJ). E-mail: raquel.lobao@uerj.br

1. Ponto de Partida

Este artigo apresenta um quadro teórico-metodológico de recepção algorítmica construído a partir de revisão crítico-integrativa de literatura. Seu objetivo é operacionalizar, para estudos empíricos em Comunicação, três eixos analíticos articulados: as predisposições afetivas que antecedem a interpretação de conteúdo gerado por inteligência artificial generativa (IAGen); as mediações sociotécnicas que estruturam essa experiência; e a agência percebida que orienta julgamentos de confiança e decisões de uso. O resultado é um modelo conceitual aplicável a experimentos futuros, especificando constructos, hipóteses e indicadores observáveis para investigar como usuários constroem sentido em interações com agentes conversacionais.

Em 2025, ao apresentar um artigo sobre estudos de recepção na Era da Dataficação neste mesmo congresso, foi proposta uma reflexão sobre as transformações do campo diante dos novos desafios impostos pela mediação algorítmica. Naquele momento, foi defendida a necessidade de integrar métodos digitais de pesquisa vindos das Ciências de Dados, combinando-os com abordagens qualitativas para uma compreensão mais ampla das interações entre públicos e mídia. Aquela etapa inicial configurou-se como um mapeamento teórico das questões emergentes, apontando direções possíveis para a pesquisa sem, contudo, oferecer instrumentos operacionais para sua aplicação empírica.

Mais do que uma lacuna instrumental, havia um problema de escala conceitual: a noção de dataficação, embora produtiva para mapear as transformações estruturais da comunicação contemporânea, é ampla demais para orientar investigações empíricas sobre experiências concretas de recepção. Este artigo propõe um afunilamento necessário: do horizonte da dataficação para o objeto específico da recepção algorítmica (momento situado em que um usuário interage com um sistema generativo, interpreta sua resposta e forma julgamentos de confiança, sentido e agência).

No último ano, a difusão recente de agentes inteligentes reconfigura problemas clássicos dos estudos de recepção ao deslocar o eixo interpretativo do texto estático para a interação situada com sistemas que coproduzem enunciados em tempo real. Em vez de uma mensagem fixa e assinada, lida-se com respostas probabilísticas, contextualmente adaptativas e atravessadas por diferentes camadas de mediação técnico-discursiva como os modos de

configuração da geração das respostas, as estratégias de *decoding*[3], as regras de segurança e de uso impostas pelas plataformas, a construção da persona do agente e as decisões de design da interface que orientam a interação com o usuário. Esse arranjo faz com que a recepção ultrapasse a "leitura de conteúdo" e inclua a leitura do dispositivo: o sujeito interpreta não só "o que foi dito", mas "quem fala", "com que autoridade" e "sob quais condições sociotécnicas" - desafio já reconhecido na era da dataficação e que se intensifica com a simulação de agência pelos LLMs.[4]

Três eixos se articulam neste contexto. Primeiro, a *virada afetiva*: a mediação contemporânea é atravessada por intensidades afetivas e pré-reflexivas que antecedem a interpretação e organizam disposições de atenção e confiança. Em interações com LLMs, climas afetivos produzidos pelo tom, pela fluidez e pelo ritmo da resposta sustentam a experiência de sentido, instaurando uma dissociação entre conteúdo informacional e regimes de mediação - base da cisão algorítmica discutida neste artigo. Segundo, as *mediações sociotécnicas*: plataformas e interfaces operam como organizações que condicionam circulação, visibilidade e práticas de uso, recolocando a recepção no contexto da dataficação e da plataformização, com atenção às assimetrias de acesso e ao cercamento de dados. O terceiro eixo aborda a *agência percebida*. O termo designa a impressão que o usuário tem de que o sistema com o qual interage (como um *chatbots* ou assistente virtual) possui intenções, objetivos ou capacidades próprias de ação. Em outras palavras, trata-se da sensação de que há alguém ali, ainda que essa presença seja apenas uma simulação técnica.

Nos ambientes digitais, essas três dimensões são construídas por pistas textuais, visuais e interativas. Quando um agente conversacional diz "posso te ajudar com isso" ou adota um tom empático, o usuário tende a atribuir-lhe intencionalidade e propósito. Da mesma forma, em plataformas de entretenimento, frases como "acho que você vai gostar deste filme" criam a impressão de escolha personalizada, reforçando a ideia de uma agência autônoma. Essa dimensão é central para os estudos de recepção contemporâneos porque redefine a relação entre

[3] Modo como o sistema seleciona e organiza as palavras na geração do texto, variando entre respostas mais controladas ou mais criativas. Um assistente virtual de streaming, por exemplo, pode adotar uma estratégia mais previsível (selecionando sempre a resposta mais provável, o que garante consistência no atendimento) ou mais aleatória (variando o vocabulário e o tom para soar mais criativo e humano.

[4] *Large Language Models* são modelos de IA treinados em grandes volumes de dados textuais para reconhecer padrões linguísticos e gerar respostas probabilísticas em linguagem natural, operando por meio de arquiteturas de redes neurais profundas e mecanismos estatísticos de predição de sequência.

público e mediação tecnológica: o usuário já não interpreta apenas mensagens, mas interage com sistemas que articulam sentido, emoção e decisão.

Dada essa configuração, a presente investigação torna-se particularmente oportuna para o campo da Comunicação porque atualiza a agenda de recepção em ambientes técnico-mediados, nos quais agentes inteligentes deixam de ser meros canais para se tornarem coprodutores de enunciados e de sentido. Ao explicitar como a agência percebida modula credibilidade e decisão de uso, a pesquisa fornece instrumentos conceituais e métricos para distinguir efeitos do conteúdo daqueles da mediação sociotécnica, preservando a centralidade da interpretação situada. Socialmente, o estudo contribui para o letramento algorítmico, fortalecendo capacidades cidadãs de avaliação crítica de respostas automatizadas, o que é decisivo em temas de alto risco público (saúde, política, finanças, educação). Para o mercado e para organizações, os achados informam boas práticas de design de interface, transparência comunicacional e governança, reduzindo assimetrias informacionais, riscos reputacionais e vieses de confiança, ao mesmo tempo em que aprimoram a experiência do usuário e a eficácia comunicacional.

De forma mais precisa, este trabalho tem como objetivo apresentar um quadro teórico-operacional de recepção algorítmica, articulando virada afetiva, mediações sociotécnicas e agência percebida. Ao integrar esses três eixos, buscamos atualizar a tradição latino-americana dos estudos de recepção, destacando a centralidade dos afetos nas interações com sistemas algorítmicos e apontando caminhos metodológicos para aplicações empíricas.

Para alcançá-lo, adotamos uma revisão crítica e integrativa de literatura (Batista e Kumada, 2021; Lycarião *et al.*, 2023; Galvão e Ricarte, 2019) de caráter analítico-conceitual, que sistematiza e confronta aportes dos estudos de recepção, virada afetiva, estudos sociotécnicos/plataformas e HCI/comunicação mediada por interface. O *corpus* privilegia publicações de 2010 a 2025, em periódicos e anais da área e livros de referência, selecionados por pertinência teórica aos três eixos do artigo. O procedimento combina mapeamento temático e análise contrastiva de conceitos para resolver tensões e propor definições operacionais adequadas ao contexto de IAGen.

A partir dessa revisão, construímos um modelo teórico-metodológico organizado em quatro componentes articulados: (1) *constructos de recepção* que operacionalizam dimensões afetivas, sociotécnicas e interpretativas da interação; (2) *enquadramentos comunicacionais* que

funcionam como variáveis experimentais manipuláveis (contexto de uso, persona do agente, explicitações de limite, estrutura de resposta); (3) *hipóteses conceituais* que explicitam relações causais esperadas entre configurações sociotécnicas e padrões de recepção; e (4*) indicadores empíricos* que traduzem constructos abstratos em dimensões observáveis por meio de autorrelatos, análise de linguagem e métricas comportamentais.

Essa abordagem, de inspiração abdutiva e crítico-interpretativa, busca simultaneamente atualizar o repertório teórico latino-americano sobre mediações digitais e entregar artefatos metodológicos para aplicação empírica, contribuindo para que pesquisadores possam investigar como usuários constroem sentido, confiança e agência em ambientes algorítmicos emergentes.

2. Eixos conceituais

Esta seção apresenta os três eixos conceituais que fundamentam o quadro teórico-operacional proposto: virada afetiva, mediações sociotécnicas e agência percebida. Esta escolha decorre da hipótese de que a recepção algorítmica não pode ser explicada exclusivamente pelo conteúdo gerado, mas emerge da articulação entre predisposições afetivas, condições estruturais de mediação e julgamentos interpretativos sobre o sistema. Lidos em conjunto, esses eixos permitem deslocar o foco da mensagem para a ecologia relacional que tornaria a interação com IAGen confiável e acionável.

2.1. Virada afetiva e comunicação em ambientes técnico-mediados

A virada afetiva representa um deslocamento significativo na teoria crítica e nas ciências sociais, marcando uma transição do foco exclusivo na linguagem, no discurso e na representação para uma abordagem que reintegra o corpo, a matéria e os processos não conscientes na análise social e comunicacional (Régis, 2023). Nesse enquadramento, a comunicação deixa de ser compreendida apenas como um processo simbólico ou discursivo, passando a envolver dinâmicas imanentes à materialidade dos corpos e dos ambientes técnicos, conforme argumenta Clough (2010):

> “A virada para o afeto aponta, em oposição ao [socioconstrutivismo], para um dinamismo imanente à matéria corporal e à matéria em geral - a capacidade da matéria de se auto-organizar enquanto informacional - que, argumento

> aqui, pode constituir a contribuição mais provocadora e duradoura da virada afetiva." (Clough, 2010, p. 207, tradução dos autores)[5]

Esse movimento teórico não descarta a importância da significação, mas sustenta que as abordagens socioconstrutivistas e representacionais são insuficientes para explicar a complexidade das interações humanas com a tecnologia, na medida em que desconsideram as intensidades corporais autônomas que precedem a consciência (Massumi, 1995).

Central para essa virada é a concepção de um corpo biomediado ou auto-organizado, que não é uma entidade fechada, mas um sistema aberto em constante modulação com o ambiente e com a tecnologia (Clough, 2010). Nesse contexto, a cognição deixa de ser vista como um processamento abstrato de informações para ser entendida como cognição atuada (*enaction*) ou corporificada: a mente emerge da interação dinâmica entre o cérebro, o corpo e o ambiente, envolvendo fatores sensoriais e afetivos não conscientes (Varela, 1990; Régis *et al.,* 2009, 2016).

Ao recolocar o corpo, a materialidade e os processos não conscientes no centro da análise, esse movimento teórico evidencia que a experiência comunicacional se organiza, antes de tudo, por meio de intensidades afetivas que modulam atenção, expectativa e engajamento, antecedendo a leitura cognitiva dos conteúdos. Em ambientes técnico-mediados, esse deslocamento amplia o escopo analítico da comunicação e revela fraturas estruturais entre conteúdo, experiência e mediação. É nesse ponto que se torna possível introduzir, já nesta seção, a noção de *cisão algorítmica* como problema teórico.

A cisão algorítmica refere-se à dissociação progressiva entre, de um lado, o conteúdo enunciado pelos sistemas algorítmicos e, de outro, os regimes afetivos, técnicos e institucionais que estruturam a experiência de interação. Tal cisão não deve ser compreendida como um simples descompasso entre forma e conteúdo, mas como um efeito estrutural da mediação algorítmica, que opera simultaneamente em níveis distintos: o da significação discursiva e o da modulação afetiva pré-reflexiva.

A contribuição da virada afetiva permite compreender que essa cisão não é acidental. Ao contrário, ela decorre do modo como os ambientes digitais e algorítmicos produzem atmosferas relacionais que antecedem e condicionam a interpretação (Régis *et al.* 2009, 2016).

---

[5] *"The turn to affect points, instead to [socio-constructivism] a dynamism immanent to bodily matter and matter generally –matter's capacity for self-organization in being informational– which, I want to argue, may be the most provocative andenduring contribution of the affective turn"* (Clough, 2010, p. 207).

Na perspectiva de Massumi (1995) e Clough (2010), o afeto é definido como a capacidade corporal de afetar e ser afetado. É uma intensidade pré-consciente, autônoma e não estruturada, que corresponde a um excesso de potencialidades corporais (Régis, 2023). Massumi caracteriza o afeto como algo que "é mais frequentemente usado de maneira imprecisa como sinônimo de emoção. Mas uma das lições mais claras deste primeiro relato é que emoção e afeto - se o afeto é entendido como intensidade - seguem lógicas distintas e pertencem a ordens diferentes." (1995, p. 88, tradução dos autores)[6].

Cabe ainda observar que o afeto é relacional e transitivo; ele circula entre corpos e objetos, criando atmosferas ou *moods* antes que o sujeito tenha consciência deles. Como explica Régis *et al* (2016), os estudos evidenciaram que as competências envolvidas nas práticas de comunicação digital não se reduzem ao conceito clássico de cognição como processo analítico e intelectual, pois envolvem habilidades afetivas, sociais, corporais - perceptivas, proprioceptivas e contextuais, incluindo agentes humanos e não humanos. Ele acontece rápido demais para ser plenamente capturado pela consciência narrativa.

Assim, a experiência comunicacional passa a ser estruturada por uma camada afetiva que não coincide necessariamente com o conteúdo informacional apresentado, instaurando uma primeira dimensão da cisão algorítmica. Em sistemas mediados por IAGen, essa cisão se intensifica. As respostas produzidas são percebidas como fluídas, personalizadas e situadas, mas essa fluidez não decorre apenas da qualidade do conteúdo, e sim da capacidade do sistema de operar sobre predisposições afetivas prévias. Microvariações de tom, ritmo de resposta, estratégias de polidez e marcas discursivas de empatia configuram climas afetivos que organizam a experiência do usuário, produzindo uma sensação de acolhimento, competência ou autoridade que pode se sustentar independentemente da consistência factual do enunciado. A recepção, nesse contexto, desloca-se da análise do "que é dito" para a vivência de "como é dito" e "como se sente" a interação.

2.2. Mediações sociotécnicas e recepção algorítmica

A noção de mediação sociotécnica parte do pressuposto de que a comunicação não é mero transporte de mensagens, mas resultado de cadeias técnicas, institucionais e culturais que

[6] *"Affect is most often used loosely as a synonym for emotion. But one of the clearest lessons of this first story is that emotion and affect—if affect is intensity—follow different logics and pertain to different orders*" (Massumi, 1995, p. 88)

conformam estruturalmente aquilo que pode ser dito, visto e interpretado. Em ambientes mediados por IAGen, essa premissa se intensifica: o conteúdo deixa de ser entidade prévia e passa a ser atualização contingente de múltiplas camadas de mediação.

A primeira camada diz respeito aos dados de treinamento. Modelos generativos são treinados em grandes *corpora* textuais, incorporando padrões linguísticos e associações semânticas que refletem assimetrias históricas. Como argumentam Noble (2018) e Benjamin (2019), sistemas algorítmicos tendem a reproduzir e naturalizar hierarquias sociais inscritas nos dados que os alimentam. Para a recepção, isso implica que o usuário interpreta respostas como neutras ou técnicas, quando, na realidade, elas já carregam sedimentações culturais e políticas invisibilizadas.

A segunda camada envolve escolhas de arquitetura e configuração do modelo. Parâmetros de geração, como variações de temperatura ou filtros de segurança, modulam a previsibilidade, o grau de criatividade e os limites discursivos das respostas. Embora invisíveis ao usuário comum, essas decisões moldam a experiência interacional, influenciando a percepção de consistência, fluência e autoridade. Assim, a recepção não é apenas leitura de um texto, mas experiência de um regime técnico de produção textual.

A terceira camada corresponde às estratégias de persona e moderação. *System prompts*, regras de segurança e políticas de conteúdo definem tom, postura epistêmica e limites de enunciação. Como demonstra Gillespie (2018), práticas de curadoria algorítmica configuram formas de poder que delimitam o campo do dizível. Para o usuário, entretanto, tais enquadramentos aparecem como características “naturais” do agente, afetando julgamentos de confiabilidade e intenção.

A quarta camada técnica corresponde ao design de interface e aos *affordances* de interação. A apresentação visual das respostas (uso de *bullet* points, negrito, citações destacadas, emojis, velocidade de digitação simulada), a presença ou ausência de botões de *feedback* (útil/inútil), a possibilidade de editar *prompts* anteriores ou solicitar versões alternativas, tudo isso constitui um *script* de uso que orienta como o usuário deve interpretar e agir sobre o conteúdo recebido. Interfaces que explicitam incerteza ("posso estar errado sobre isso") ou que fornecem links para fontes externas constroem regimes de credibilidade distintos daqueles que apresentam respostas assertivas e autossuficientes. Esses elementos de interface

não são neutros: eles performam uma teoria implícita sobre o que é uma "boa resposta" e sobre qual deve ser o papel do usuário na avaliação crítica do conteúdo.

Além das camadas técnicas, a recepção algorítmica é estruturada por mediações institucionais e culturais que definem quem acessa, como acessa e sob quais condições. As plataformas que hospedam LLMs (OpenAI, Anthropic, Google, Meta) operam como *gatekeepers* que controlam não apenas a tecnologia, mas também as regras de uso, os termos de serviço e as políticas de dados. Modelos de acesso *freemium* criam hierarquias de usuários: aqueles que pagam por versões premium têm acesso a modelos mais avançados, tempos de resposta mais rápidos e maior volume de interações, enquanto usuários gratuitos experimentam limitações de performance e disponibilidade. Essa estratificação de acesso reconfigura desigualdades informacionais: o letramento algorítmico deixa de ser apenas uma competência individual e passa a depender também de recursos econômicos.

As mediações culturais também desempenham papel estruturante na recepção algorítmica. Normas de prova, *ethos* de fonte e regimes de verificabilidade variam entre comunidades interpretativas: o que conta como evidência confiável no campo acadêmico (citações, revisão por pares) difere do jornalismo (apuração, checagem de fontes) e do senso comum cotidiano (experiência pessoal, coerência narrativa). Quando um usuário interage com IAGen, ele mobiliza essas molduras culturais para avaliar a resposta: um pesquisador pode exigir referências bibliográficas específicas, enquanto um usuário leigo pode se satisfazer com uma explicação coerente e bem escrita. Os sistemas generativos frequentemente mimetizam esses estilos, criando uma falsa impressão de credibilidade descolada de processos reais de verificação e validação.

A partir desse mapeamento de camadas técnicas, institucionais e culturais, propõe-se a recepção algorítmica como conceito que nomeia o ponto de atualização dessas mediações na experiência do usuário. É o momento em que a complexidade sociotécnica se condensa em uma resposta singular, que é interpretada não como produto de um algoritmo anônimo, mas como enunciado dotado de sentido, agência e credibilidade. A recepção algorítmica não é, portanto, uma operação cognitiva isolada sobre um texto, mas o efeito de uma ecologia de mediações que confere estabilidade prática a um fluxo potencialmente instável de *outputs* probabilísticos.

Essa conceituação tem implicações metodológicas decisivas. Primeiro, implica que investigar a recepção de IAGen não pode se limitar à análise dos conteúdos gerados, mas deve incluir a análise das condições sociotécnicas de sua produção. Segundo, sugere que as variações de recepção entre diferentes públicos não decorrem apenas de diferenças individuais de competência ou letramento, mas também de posições diferenciadas na hierarquia de acesso à tecnologia e de filiações a comunidades interpretativas com normas de credibilidade distintas.

2.3 Agência Percebida

Em contextos de incerteza informacional, os usuários recorrem a atalhos cognitivos para avaliar a confiabilidade das mensagens, o que Sundar (2008) chama de heurísticas de credibilidade, ativadas por sinais de interface como fluência textual, consistência de respostas, presença de fontes e previsibilidade do tom. Essas pistas são centrais na forma como se atribui confiança, competência ou intenção a um sistema técnico, transformando a interação com máquinas em um processo interpretativo e relacional.

O conceito de agência percebida, proposto por Sundar (2008) e ampliado por Lee (2020), descreve exatamente esse fenômeno: a tendência de os usuários atribuir intencionalidade, empatia ou autonomia a sistemas algorítmicos. Essa percepção não decorre da existência real de vontade ou consciência na máquina, mas emerge de um processo semiótico-cognitivo: elementos como tempo de resposta, escolhas lexicais (uso de primeira pessoa, marcadores de empatia como "entendo sua preocupação") e estruturas conversacionais (turnos, reparos, confirmações) funcionam como índices de presença que ativam esquemas interpretativos desenvolvidos originalmente para interação humana. Nass e Reeves (1996), em seu trabalho seminal sobre a "equação da mídia", demonstraram que aplicamos automaticamente regras sociais a computadores quando estes exibem comportamentos socialmente codificados - fenômeno que se intensifica com LLMs, capazes de produzir coerência pragmática e contextual sofisticada. Pequenas variações discursivas como "posso errar", "aqui está o que encontrei" ou "essa informação foi verificada" vão além de informar: elas modulam a confiança e criam uma sensação de proximidade relacional ao simular humildade epistêmica, esforço colaborativo e responsabilidade comunicativa.

Essa simulação de presença e intencionalidade é discutida por Normando e Signates (2025) como a emergência de um novo tipo de agente comunicacional nas infraestruturas digitais. A IAGen, segundo os autores, automatiza processos ao mesmo tempo em que simula

interações e produz enunciados, gerando efeitos comunicacionais reais. Isto é, os usuários interpretam as respostas como dotadas de intenção, mesmo sabendo que se trata de um sistema técnico. Inspirando-se em Braga (2012), para quem a comunicação é um processo relacional e tentativo (constituído na troca, não no emissor isolado), e em Esposito (2017), que define a "comunicação artificial" como simulação técnica de interação que produz consequências sociais efetivas, Normando e Signates propõem compreender a agência percebida como efeito relacional emergente entre humano e sistema, e não como atributo técnico intrínseco ao algoritmo ou ilusão cognitiva do usuário.

A perspectiva crítica brasileira sobre essa questão se adensa em autores que deslocam o foco da interação individual para o plano sociotécnico e político-econômico. Costa Filho (2024) observa que as plataformas digitais atuam como instituições midiáticas com agência própria, pois suas arquiteturas e algoritmos não apenas intermediam, mas ativamente regulam fluxos simbólicos, hierarquizam visibilidades e moldam práticas culturais, decidindo, por exemplo, quais vozes amplificar, quais conteúdos priorizar e quais interações incentivar. Já Silveira (2019) aprofunda essa leitura ao mostrar que os algoritmos operam como agentes sociopolíticos, incorporando interesses econômicos (maximização de engajamento, coleta de dados) e reproduzindo desigualdades estruturais (vieses de gênero e classe embutidos em dados de treinamento, por exemplo). Nessa perspectiva, a agência percebida pelo usuário se articula a uma agência algorítmica concreta que ultrapassa a aparência de diálogo neutro e interfere materialmente na circulação dos discursos, na distribuição de oportunidades de fala e na própria constituição do que é reconhecido como verdadeiro, relevante ou legítimo.

Essa distinção analítica é central para os estudos de recepção contemporâneos. Enquanto a agência percebida opera no plano da experiência vivida e orienta decisões imediatas de confiança, uso e verificação, a agência algorítmica real opera no plano estrutural e político, definindo previamente os limites do que pode ser dito, visto e acessado. As plataformas simulam presença por meio de suas interfaces e constroem as condições materiais e discursivas de possibilidade dessa simulação, configurando gramáticas de interação (o que é clicável, editável, compartilhável) e vocabulários de resposta (o que pode e não pode ser enunciado segundo regras de moderação). Portanto, investigar agência percebida exige reconhecer sua dupla natureza: é simultaneamente experiência interpretativa situada e efeito de design sociotécnico intencional.

A dimensão afetiva desse fenômeno é abordada por Régis (2023) ao discutir a virada não humana e ciborgue da cognição. Ao acoplar carne e código, sensibilidade biológica e processamento computacional, humano e máquina passam a formar um sistema híbrido e distribuído de percepção, afeto e decisão, no qual a agência não reside em um polo isolado (nem no usuário autônomo, nem no sistema técnico), mas emerge relacionalmente das ecologias afetivas produzidas na interface. Nessa perspectiva, a percepção de intencionalidade das máquinas seria inseparável das experiências emocionais que as plataformas projetam, modulam e capitalizam: o prazer da descoberta em uma recomendação inesperada do Spotify, o conforto da personalização da Netflix, o encantamento interativo em um jogo digital que se adapta ao estilo do jogador, ou mesmo a ansiedade gerada por notificações urgentes que demandam resposta imediata. Esses climas afetivos não são efeitos colaterais da interação. São, na verdade, parte constitutiva do design, calibrados para produzir engajamento, fidelização e coleta contínua de dados comportamentais que retroalimentam os sistemas de recomendação e personalização.

Portanto, a agência percebida é um efeito de co-construção afetiva, semiótica e sociotécnica, e não um reflexo de consciência artificial nem mera ilusão perceptiva do usuário. Ela emerge na relação, mediada pela forma como linguagem (escolhas lexicais, tom, estrutura argumentativa), temporalidade (ritmo de resposta, latência, sincronia interacional) e estética das interfaces (*layout*, hierarquia visual, *affordances*) que orientam o usuário a reconhecer "vida", "intenção" ou "competência" em sistemas sem sujeito. Compreender essa dinâmica, no campo da Comunicação, implica deslocar o olhar da mera interação homem-máquina para os regimes de mediação algorítmica e afetiva que configuram as novas formas de recepção, em que os sistemas não apenas comunicam informações, mas performam modos de relação, presença e autoridade. Isso exige abordagens metodológicas que capturem simultaneamente: (a) a percepção situada e a experiência afetiva do usuário; (b) a arquitetura semiótica da interface e suas pistas de credibilidade; e (c) as condições político-econômicas e os constrangimentos técnicos que determinam o que pode ser dito, como pode ser dito e quem tem acesso a quais formas de enunciação. Somente assim os estudos de recepção podem dar conta da complexidade da comunicação em ambientes de IAGen, evitando tanto o determinismo tecnológico quanto o voluntarismo cognitivo (que supõe usuários plenamente conscientes e livres em suas interpretações).

3. Do conceito à operação

A revisão teórica desenvolvida nas seções anteriores estabeleceu que a recepção algorítmica não pode ser compreendida apenas pela análise do conteúdo das respostas geradas por IAGen, mas exige atenção simultânea a três camadas interconectadas: as *predisposições afetivas* que antecedem a leitura, as *mediações sociotécnicas* que estruturam a interação, e *agência percebida* que orientam decisões de confiança e uso. No entanto, para que esses constructos teóricos possam orientar investigações empíricas, é necessário traduzi-los em dimensões observáveis e operacionalizáveis sem reduzir sua complexidade conceitual. Esta seção propõe um quadro de aplicabilidade que cumpre essa função: organiza os conceitos em níveis analíticos (do abstrato ao mensurável), especifica indicadores potenciais e sugere manipulações experimentais que permitam isolar efeitos e testar relações causais.

O quadro não constitui, em si, um relato de pesquisa empírica, *mas uma arquitetura metodológica que articula teoria e operacionalização*. Seu propósito é triplo: (a) tornar explícitas as implicações observacionais dos constructos teóricos, evitando que permaneçam como categorias abstratas; (b) orientar o design de estudos futuros, especificando variáveis independentes (manipulações de interface, persona, contexto), dependentes (julgamentos de credibilidade, intenção de uso) e mediadoras (clima afetivo, transparência percebida); e (c) garantir que eventuais experimentos preservem a densidade teórica necessária para interpretar variações de recepção entre diferentes configurações sociotécnicas.

A lógica que organiza esta seção é progressiva: parte-se dos constructos centrais, passa-se aos enquadramentos que permitem comparações sistemáticas, derivam-se hipóteses conceituais passíveis de teste e, finalmente, propõe-se um mapa de alinhamento entre níveis abstratos e empíricos.

3.1. Constructos e dimensões observáveis

Predisposições afetivas. Derivado da discussão sobre virada afetiva, este constructo captura os climas emocionais que antecedem e modulam a interpretação do conteúdo. Não se trata de medir "emoções discretas" (como alegria ou medo isoladamente), mas de acessar tonalidades relacionais que orientam a abertura ou resistência do usuário antes mesmo da leitura cognitiva: a interação é percebida como acolhedora ou hostil? Gera conforto ou estranhamento? Tensão ou segurança? Essas dimensões afetivas condicionam o que será

percebido como relevante, confiável e digno de engajamento. Operacionalmente, podem ser acessadas por meio de autorrelatos breves aplicados logo após os primeiros turnos de interação ("como você se sentiu ao receber essa resposta?"), pela identificação de marcas de linguagem nas verbalizações espontâneas dos usuários (uso de termos como "tranquilo", "confuso", "aliviado") e pela observação da atenção dispensada a elementos de tom e ritmo do agente (pausas, velocidade de resposta, escolhas lexicais). A hipótese subjacente, a ser testada, é que climas afetivos positivos elevam a confiança mesmo quando o conteúdo informacional permanece constante (H1).

Mediação sociotécnica. Este constructo operacionaliza a percepção que o usuário tem sobre as condições de produção e os limites do sistema com o qual interage. Trata-se de capturar o quanto o usuário reconhece (ou não) a natureza mediada, algorítmica e institucionalmente enquadrada da resposta: ele percebe que há regras de moderação? Identifica a persona adotada pelo agente (assistente neutro, tutor empático, especialista técnico)? Compreende quais tarefas o sistema pode ou não pode realizar? Essa dimensão é central porque a recepção algorítmica não ocorre no vácuo - ela é moldada pela legibilidade das camadas técnicas, institucionais e culturais que estruturam a interação. Um usuário que percebe transparência (reconhece limitações, identifica *guardrails*[7], compreende o papel social do agente) tende a calibrar suas expectativas de forma mais realista, enquanto a opacidade pode gerar tanto confiança excessiva quanto desconfiança generalizada. Operacionalmente, este constructo pode ser acessado por meio de perguntas diretas sobre o que o usuário acredita que o sistema "sabe fazer" ou "não pode fazer", pela identificação de menções espontâneas a limitações percebidas durante a interação ("ele disse que não tem certeza", "parece que há filtros"), e pela observação de como o usuário ajusta suas estratégias de *prompting* ao longo da sessão (indício de aprendizado sobre os contornos do sistema). A hipótese correspondente (H2) postula que sinais claros de transparência e papel social aumentam a utilidade percebida e reduzem a necessidade de verificação redundante, pois o usuário passa a confiar não cegamente, mas calibradamente.

Credibilidade e agência percebida. Articula duas dimensões interdependentes: a credibilidade (julgamento sobre a confiabilidade, competência e honestidade epistêmica do

[7] Conjuntos de regras, filtros e restrições incorporados a sistemas de IA para orientar, limitar ou modular seu funcionamento, visando reduzir riscos, prevenir usos indevidos e alinhar as respostas do sistema a normas técnicas, éticas e institucionais previamente definidas.

sistema) e a agência percebida. Diferentemente dos constructos anteriores, este se volta para os julgamentos interpretativos que o usuário constrói durante e após a interação: o sistema parece competente? Honesto sobre seus limites? Está tentando ajudar, persuadir, informar, entreter ou proteger? A atribuição de intenção não é acidental. Ela resulta de pistas semióticas como o uso de primeira pessoa, marcadores de incerteza ("posso estar errado"), explicitações de processo ("aqui está o que encontrei") e estruturas de justificativa. Esses elementos funcionam como índices de presença que ativam esquemas interpretativos desenvolvidos para interação humana (Nass e Reeves, 1996; Sundar e Lee, 2022). Operacionalmente, a credibilidade pode ser acessada por meio de escalas de confiança autopercebida, intenção de verificação externa (se o usuário sente necessidade de checar a informação em outra fonte) e justificativas espontâneas do tipo "pareceu confiável porque trouxe exemplos" ou "desconfiei porque não citou fontes". Já a agência percebida pode ser capturada por perguntas sobre a intenção atribuída ao sistema ("você acha que ele estava tentando te ajudar ou te convencer?") e por análises de linguagem que revelem antropomorfização ("ele entendeu minha dúvida", "foi empático comigo"). A hipótese H3 postula que explicitações de limite e incerteza, quando bem redigidas, aumentam a honestidade percebida sem reduzir a competência atribuída; ou seja, o sistema pode admitir não saber e ainda assim ser visto como confiável, desde que essa admissão seja performada adequadamente (com humildade epistêmica, não como falha técnica).

A Figura 1 sintetiza os constructos discutidos, evidenciando como predisposições afetivas, mediações sociotécnicas e agência percebida se articulam na formação da confiança calibrada em interações com sistemas de IAGen.

FIGURA 1 – Constructos e hipóteses do modelo de recepção algorítmica.
FONTE – autores.

Para facilitar a operacionalização dos constructos, são sugeridos quatro enquadramentos comparativos que permitem variar sistematicamente elementos da interação com sistemas de IAGen. Eles funcionam como dimensões de controle experimental, possibilitando isolar efeitos específicos e testar relações causais entre configurações sociotécnicas e padrões de recepção.

O primeiro enquadramento diz respeito ao contexto de uso. A mesma resposta pode ser percebida de forma distinta dependendo do enquadramento situacional da interação. Um assistente acadêmico (voltado a pesquisa e aprendizado), um fórum técnico (comunidade de prática especializada), um *chat* de saúde (orientação sobre bem-estar) e uma rede social digital (conversação informal) mobilizam expectativas, normas de prova e regimes de credibilidade diferentes. Manipular o contexto declarado permite observar como *scripts* culturais de confiança variam entre domínios, afetando principalmente a percepção de mediação sociotécnica e os julgamentos de credibilidade.

O segundo refere-se à persona do agente. A construção discursiva da identidade do agente afeta tanto predisposições afetivas quanto julgamentos de credibilidade. Uma persona neutra explicativa (tom objetivo, vocabulário técnico), uma empática assistiva (tom acolhedor, validação emocional) e uma técnica concisa (respostas diretas, sem elaboração) podem gerar climas relacionais distintos e modular a percepção de competência, honestidade e intenção do

sistema. Esse enquadramento permite testar como diferentes estilos discursivos ativam disposições afetivas e orientam atribuições de agência.

O terceiro enquadramento trata das explicitações de limite e incerteza. A forma como o agente comunica (ou omite) suas limitações epistêmicas impacta tanto a credibilidade quanto a agência percebida. Variações como presença ou ausência de avisos de incerteza ("posso estar errado"), explicitação de processo ("aqui está o que encontrei nas fontes disponíveis") e admissões de limite ("não tenho informações atualizadas") permitem testar se honestidade epistêmica reduz ou aumenta confiança, e sob quais condições. Esse enquadramento conecta-se diretamente com a hipótese H3, que postula que admitir limites pode aumentar honestidade percebida sem comprometer competência atribuída.

Por fim, o quarto enquadramento aborda a consistência temporal. O ritmo e a previsibilidade das respostas afetam o clima afetivo da interação. Latência previsível (tempo de resposta estável) versus latência irregular (variações inesperadas na velocidade) pode gerar sensações de confiabilidade ou instabilidade, paciência ou frustração, influenciando a disposição do usuário a continuar a interação e a atribuir competência ao sistema. Esse enquadramento permite observar como elementos temporais da interação modulam tanto predisposições afetivas quanto percepções de credibilidade.

A operacionalização de constructos teóricos em estudos empíricos exige um movimento analítico duplo: do abstrato ao observável (traduzir conceitos em indicadores mensuráveis) e do observável ao interpretável (articular dados empíricos de volta à teoria). Por isso, aqui, propomos um mapa de alinhamento (Figura 2) que explicita essas passagens, funcionando como guia metodológico para garantir que as medições preservem a densidade conceitual dos constructos sem reduzi-los a operações mecânicas.

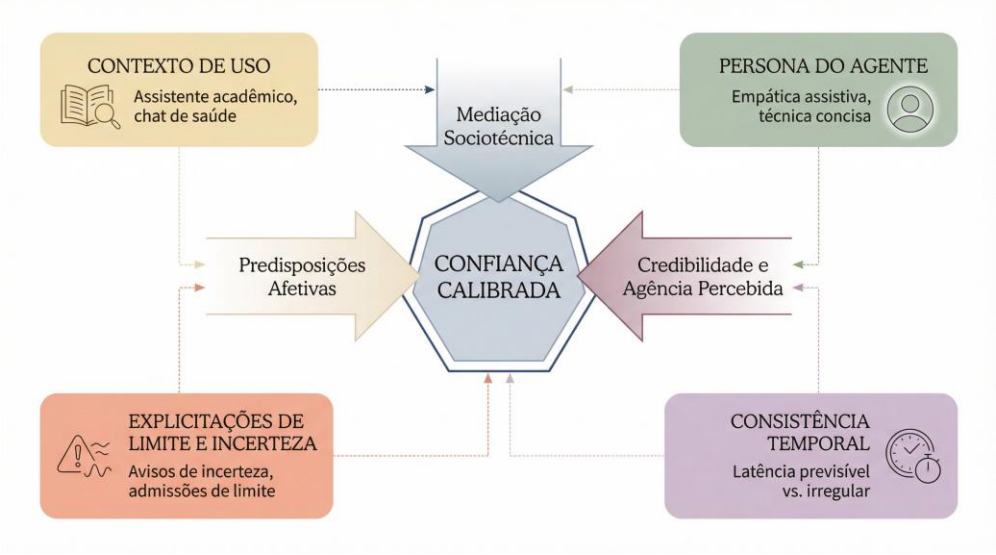

FIGURA 2 – Mapa de recepção algorítmica em sistemas de IAGen.
FONTE – autores.

No movimento do constructo à observação, cada um dos três eixos teóricos se desdobra em dimensões empíricas específicas. As predisposições afetivas podem ser acessadas por meio de indicadores como clima relacional percebido (acolhimento versus estranhamento), tonalidades emocionais da interação (conforto, tensão, serenidade) e atenção dispensada pelo usuário a elementos de ritmo e tom do agente. As mediações sociotécnicas tornam-se observáveis pela percepção de transparência versus opacidade (o usuário reconhece limites do sistema?), legibilidade da persona adotada e compreensão das condições de produção da resposta. Já a articulação entre credibilidade e agência percebida pode ser capturada por julgamentos de confiança (o sistema parece competente e honesto?), intenção atribuída ao agente (está tentando ajudar, persuadir, informar?) e disposição para verificar externamente a informação recebida (indício de calibração da confiança).

No movimento da observação à inferência, a recomendação metodológica é privilegiar a triangulação de fontes para compor indicadores robustos. Autorrelatos breves aplicados durante ou logo após a interação capturam percepções imediatas e tonalidades afetivas; menções espontâneas a limitações, incertezas ou transparência do sistema revelam o quanto o usuário está atento às mediações sociotécnicas; e marcas de linguagem nas verbalizações (uso de termos como confiável, confuso, empático, ele entendeu) sinalizam tanto disposições afetivas quanto atribuições de agência. A convergência entre essas múltiplas fontes reduz o risco de artefatos metodológicos e permite identificar padrões consistentes de recepção

algorítmica, preservando a complexidade teórica que caracteriza a interação entre humanos e sistemas generativos. Para facilitar a visualização das relações entre estes elementos, apresentamos abaixo o Quadro 1 que funciona como guia operacional para pesquisadores interessados em aplicar o modelo em estudos empíricos.

QUADRO 1
Relação entre constructos, enquadramentos comunicacionais e indicadores analíticos

Constructo	Dimensão observável	Enquadramento comunicacional	Indicadores
Predisposições Afetivas	Clima relacional (acolhimento vs. estranhamento)	Enquadramento 2: Persona do agente Enquadramento 4: Consistência temporal	Escala diferencial semântico (Hostil–Acolhedor; Tenso–Tranquilo; Frio–Caloroso)
	Tonalidades emocionais (conforto, tensão, serenidade)	Enquadramento 1: Contexto de uso	Autorrelato breve pós-1ª resposta; palavras espontâneas ("tranquilo", "confuso", "aliviado")
	Atenção a tom e ritmo do agente	Enquadramento 4: Consistência temporal	Observação de linguagem: pausas, reformulações, ajustes de *prompting*
Mediações Sociotécnicas	Transparência vs. opacidade percebida	Enquadramento 3: Explicitações de limite	Checklist de percepção de *guardrails* (Likert 1–5); menções espontâneas a limitações do sistema
	Legibilidade da persona adotada	Enquadramento 2: Persona do agente	Perguntas abertas sobre "personalidade" do agente; identificação de papel social (tutor, assistente)
	Compreensão das condições de produção	Enquadramento 1: Contexto de uso	Observação de ajustes de *prompting*: simplificação, adição de contexto, evitação de tópicos
Credibilidade e Agência Percebida	Confiança e competência percebida	Enquadramentos 2 e 3: Persona; Explicitações de limite	Escala de credibilidade (Sundar, 2008): itens de competência, honestidade e boa vontade
	Intenção atribuída ao agente	Enquadramento 2: Persona do agente	Pergunta sobre intenção percebida (ajudar /informar / persuadir); análise de verbalizações
	Disposição para verificar externamente	Enquadramento 3: Explicitações de limite	Item de intenção de verificação (uso direto vs. checagem múltipla)
	Marcas de antropomorfização	Enquadramentos 1, 2 e 3	Contagem de pronomes pessoais, verbos mentais, adjetivos de personalidade e avaliações morais

FONTE – autores.

4. Considerações Finais

Se o reconhecimento da Era da Dataficação foi o ponto de partida, um diagnóstico amplo sobre como algoritmos passaram a mediar estruturalmente a produção, circulação e consumo de sentido, este artigo representa um movimento deliberado de afunilamento analítico. Não porque a dataficação seja um quadro insuficiente, mas porque sua escala é, por

definição, macroestrutural. Para que os estudos de recepção possam avançar empiricamente nesse território, era preciso nomear e operacionalizar o que acontece no nível da interação situada: o momento em que um usuário lê uma resposta gerada por IAGen, atribui a ela credibilidade ou ceticismo, sente acolhimento ou estranhamento, e decide agir (ou não) com base no que o sistema disse. É esse momento que o conceito de recepção algorítmica captura, e é esse momento que o quadro proposto neste artigo torna investigável.

Esse afunilamento não é apenas metodológico. É também conceitual. Ao deslocar o foco da estrutura macro da dataficação para a experiência micro da interação com IAGen, o artigo foi obrigado a introduzir um problema teórico que as abordagens anteriores não precisavam enfrentar com essa precisão: a *cisão algorítmica*. A dissociação progressiva entre o conteúdo enunciado por sistemas generativos e os regimes afetivos, técnicos e institucionais que estruturam a experiência de interação não é um efeito secundário da mediação algorítmica - é sua condição constitutiva. Um usuário pode confiar plenamente em uma resposta tecnicamente incorreta porque o clima afetivo da interação produziu acolhimento suficiente para suspender o julgamento crítico. Inversamente, pode rejeitar uma resposta factualmente sólida porque a persona do agente gerou estranhamento ou porque a interface sinalizou opacidade. Compreender esse desacoplamento entre conteúdo e experiência é a tarefa central dos estudos de recepção em ambientes de IAGen, inclusive, é ela que justifica a articulação dos três eixos aqui propostos.

O quadro teórico-metodológico apresentado não é, por si só, um resultado empírico. É uma arquitetura de pesquisa: um conjunto articulado de constructos, hipóteses e indicadores que torna possível investigar sistematicamente como diferentes configurações sociotécnicas (persona do agente, explicitações de limite, contexto de uso, consistência temporal) produzem variações mensuráveis na recepção. As hipóteses precisam ser testadas, e o quadro foi desenhado precisamente para isso. Estudos experimentais com participantes reais, interações com sistemas de IAGen em contextos de alto risco público são os territórios empíricos mais urgentes para essa agenda. É nesses domínios que as consequências da confiança mal calibrada são mais graves e onde o letramento algorítmico tem maior valor social.

Isso aponta para uma dimensão que excede o campo acadêmico. Em um contexto de expansão acelerada da IAGen no cotidiano, saber como usuários comuns com diferentes níveis de letramento digital, em posições desiguais de acesso à tecnologia, filiados a comunidades

interpretativas com normas de credibilidade distintas constroem confiança em sistemas que simulam autoridade é uma questão política. Não metaforicamente: é uma questão que diz respeito à distribuição de poder epistêmico, à legitimação de discursos e à vulnerabilidade de populações que dependem de informação mediada por algoritmos para tomar decisões que afetam sua vida. O conceito de recepção algorítmica, ao tornar esse processo investigável em suas dimensões afetivas, técnicas e institucionais, oferece ao campo da Comunicação instrumentos para intervir nesse debate com rigor e especificidade.

Este artigo entende-se, portanto, não como uma contribuição fechada, mas como o primeiro passo operacional de um programa de pesquisa. O mapeamento teórico que o antecedeu identificou a necessidade de instrumentos analíticos mais precisos; o quadro aqui desenvolvido oferece esses instrumentos e os torna aplicáveis empiricamente. A próxima etapa (aplicar os constructos, testar as hipóteses H1, H2 e H3, ajustar os indicadores ao contato com a experiência real de usuários situados) já está em curso: o protocolo de pesquisa obteve aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa em janeiro de 2026, com coleta de dados prevista para abril e maio do mesmo ano. Os resultados, que avaliarão a sensibilidade do modelo a diferentes perfis de usuário e contextos de uso, serão objeto de publicação subsequente. É nesse movimento contínuo entre teoria e empiria, entre o modelo e o encontro, que os estudos de recepção podem renovar sua relevância para compreender - e, eventualmente, transformar - as condições em que sentido, confiança e agência são produzidos em ambientes algorítmicos.

Referências

BATISTA, Cecília; KUMADA, Kate Análise metodológica sobre as diferentes configurações da pesquisa bibliográfica. **Revista Brasileira de Iniciação Científica**, *[S. l.]*, v. 8, p. e021029, 2021. Disponível em: https://periodicoscientificos.itp.ifsp.edu.br/index.php/rbic/article/view/113. Acesso em: 18 fev. 2026.

BENJAMIN, Ruha**. Race after technology: abolitionist tools for the new Jim code**. Cambridge: Polity Press, 2019.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da Comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 6, n. 1-2, p. 25–41, 2012. Disponível em https://revistas.usp.br/matrizes/pt_BR/article/view/48048. Acesso em 18 fev 2026.

CLOUGH, Patricia. The affective turn: political economy, biomedia, and bodies. In: GREGG, Melissa and SEIGWORTH, Gregory (ed.). **The Affect Reader Theory**. Durham & London: Duke, 2010.

COSTA FILHO, Ismar. Cidadania comunicativa algorítmica: os desafios do direito à comunicação nas plataformas digitais: los desafíos del derecho a la comunicación en las plataformas digitales. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, São Cristovão, v. 26, n.

1, p. 22–35, 2024. DOI: 10.54786/revistaeptic.v26i1.18644. Disponível em: https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/18644. Acesso em: 18 fev. 2026.

ESPOSITO, Elena. Artificial communication? The production of contingency by algorithms. **Zeitschrift für Soziologie**, Stuttgart, v. 46, n. 4, p. 249–265, 2017. https://doi.org/10.1515/zfsoz-2017-1014

GALVÃO, Maria Cristiane; RICARTE, Ivan. Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. **Logeion: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 57–73, 2019.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the internet**: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018.

LEE, Eun-Ju. Authenticity Model of (Mass-Oriented) Computer-Mediated Communication: Conceptual Explorations and Testable Propositions. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 25, issue 1, p. 60-73, 2020.

LYCARIÃO, Diógenes *et al*. Revisão Sistemática de Literatura e Análise de Conteúdo na Área da Comunicação e Informação: o problema da confiabilidade e como resolvê-lo. **Transinformação**, *[S. l.]*, v. 35, 2023. Disponível em: https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/view/10064. Acesso em: 18 fev. 2026.

MASSUMI, Brian. The autonomy of affect. **Cultural Critique**, Minneapolis, n. 31, p. 83–109, 1995.

NASS, Clifford; REEVES, Byron. **The media equation**: **how people treat computers, television, and new media like real people and places**. Stanford: CSLI Publications, 1996.

NOBLE, Safiya. **Algorithms of oppression**: how search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018.

NORMANDO, Adriana; SIGNATES, Luiz. Agentes comunicacionais artificiais: simulação, enunciação e efeitos relacionais em sistemas de inteligência artificial generativa. In: **Compós**, 2025. Disponível em https://publicacoes.softaliza.com.br/compos2025/article/view/11237 Acesso em 18 fev 2026.

RÉGIS, Fátima *et al*. Games e cognição na cibercultura: identificando as competências cognitivas em videogames da série Mario Bros. In: **SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER**, 2009. Anais [...]. [S.l.: s.n.], 2009.

RÉGIS, Fátima *et al.* A virada afetiva na comunicação e na aprendizagem: mediação radical, lúdico e cognição atuada. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p. 1-20, 2016. Disponível em: https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/35662/24868. Acesso em: 18 fev. 2026

RÉGIS, Fátima. Unveiling radical mediation: navigating body-mind, affect, and technology in media literacy. Global **Journal of Human-Social Science**, [S.l.], v. 23, n. G9, p. 37-46, 2023. DOI: 10.34257/GJHSSGVOL23IS9PG37

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc, 2019.

SUNDAR, Shyam. The MAIN model: a heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In: METZGER, Miriam J.; FLANAGIN, Andrew J. (org.). **Digital media, youth, and credibility**. Cambridge: MIT Press, 2008. p. 73–100.

SUNDAR, Shyam.; LEE, Eun-Ju. Rethinking Communication in the Era of Artificial Intelligence, ***Human Communication Research***, v. 48, Issue 3, p. 379–385, 2022. Disponível em https://academic.oup.com/hcr/article-abstract/48/3/379/6620825 Acesso em 18 fev 2026.

VARELA, Francisco. **Conhecer:** as ciências cognitivas, tendências e perspectivas. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

ZUBOFF, Shoshana. **The age of surveillance capitalism**: the fight for a human future at the new frontier of power. New York: PublicAffairs, 2019.