



CATOLICA

CEPCEP · CENTRO DE ESTUDOS DOS POVOS
E CULTURAS DE EXPRESSÃO PORTUGUESA

LISBOA

COLEÇÃO 'POVOS E CULTURAS' DO CEPCEP

Livro

Comunicação e Inteligência Artificial

José Gabriel Andrade, Patrícia Dias, Fernando Ilharco

CONVITE À APRESENTAÇÃO DE PROPOSTAS DE CAPÍTULOS

Tema

O diálogo entre as Ciências da Comunicação e a área da Inteligência Artificial (IA), com maior ou menor intensidade, é uma prática corrente na academia há algumas décadas. Este trabalho interligado permite o desenvolvimento de novas narrativas bem como o (re)conhecimento de novas práticas de comunicação suportadas pelos desenvolvimentos na inteligência artificial, levando os investigadores e os profissionais da comunicação a enfrentar um momento de mudança na conceptualização e na prática da comunicação, no que diz respeito à sua forma, conteúdo e geração. A comunicação digital não está a desenvolver um mundo virtual, mas uma virtualidade real, integrada com outras formas de interação, numa vida quotidiana cada vez mais 'hibridizada'. De facto, a relação entre as organizações e os seus stakeholders, impulsionada pela inteligência artificial, tem vindo a evoluir, sendo hoje imperativo o reconhecimento do envolvimento das tecnologias de comunicação, as quais originam novas escolhas e novos padrões de interação. Por outro lado, a relação que as pessoas, os diversos públicos, estabelecem com a informação em ambientes digitais pode também interferir com a forma como cada indivíduo experimenta a vida quotidiana. É cada vez mais frequente a interação com chatbots e a mediação da nossa rotina quotidiana por assistentes virtuais e aplicações alimentadas por IA, com os quais também vamos aprendendo a comunicar. Assim, os impactos da IA na comunicação e, assim, na vida humana, são complexos e paradoxais, repercutindo-se também nas vivências offline.

O objetivo deste livro sobre Comunicação e Inteligência Artificial é proporcionar uma revisão aprofundada do estado da arte da investigação sobre o tema, de modo a proporcionar uma compreensão profunda e atual bem como a detetar desafios e oportunidades imediatos ou de médio ou longo prazo.

Objetivo do livro

A conceção deste livro é baseada em dois objetivos. Primeiro, criar um volume dedicado à investigação em Ciências da Comunicação com enfoque na Inteligência Artificial que inclua uma gama de métodos, estratégias, e pontos de vista sobre a estas temáticas. Segundo, produzir uma análise aprofundada da vasta gama de tópicos de Comunicação e Inteligência Artificial, conceitos relacionados, perspetivas transculturais, e princípios para desenvolver abordagens interdisciplinares. O objetivo



CATOLICA

CEPCEP · CENTRO DE ESTUDOS DOS POVOS
E CULTURAS DE EXPRESSÃO PORTUGUESA

LISBOA

deste livro é fornecer um recurso abrangente a investigadores académicos, estudantes, e profissionais para utilização como livro de referência. Para dar resposta a estes dois objetivos, o livro organiza-se em duas partes: numa primeira parte, apresentará capítulos de autores convidados, especialistas que possam proporcionar uma visão única e atual sobre o tema; e numa segunda parte apresentará capítulos selecionados a partir de uma chamada de propostas de capítulos, selecionados pelos editores.

Público-alvo

Este livro visa um público diversificado, incluindo: académicos, estudantes, investigadores e profissionais da organização, tanto no sector público como no privado. O volume visa dar amplitude e profundidade às relações contemporâneas da Comunicação e da Inteligência Artificial.

Instruções para autores

Para publicação de livro académico sobre Comunicação e Inteligência Artificial, os editores recebem propostas sobre interatividade e participação em ambientes de comunicação que incluam Inteligência Artificial, sobre a sua utilização em ambientes organizacionais e a na vida quotidiana, sobre o seu papel na produção de conteúdos, no funcionamento algorítmico de plataformas e aplicações, e sobre a relação da IA com a comunicação em geral, incluindo, mas não se limitando a, conceptualizações, fundamentos teóricos, análise conceptual, estudos empíricos, casos, aplicações e intervenções. O objetivo desta obra é contribuir para uma melhoria na compreensão da Inteligência Artificial e da Comunicação, e apresentar recursos para melhor compreender estes tempos em profunda mudança da comunicação em ambiente digital.

As propostas devem seguir o formato de um resumo expandido, até um máximo de 2000 palavras, incluindo referências. Podem ser apresentadas propostas em português e em inglês.

Estas devem ser enviadas para pdias@ucp.pt até **31 de janeiro de 2024**.



CATOLICA

CEPCEP · CENTRO DE ESTUDOS DOS POVOS
E CULTURAS DE EXPRESSÃO PORTUGUESA

LISBOA

CEPCEP 'PEOPLES AND CULTURES' COLLECTION

Book

Communication and Artificial Intelligence

José Gabriel Andrade, Patrícia Dias, Fernando Ilharco

INVITATION TO SUBMIT CHAPTER PROPOSALS

Book theme

The dialogue between Communication Sciences and the area of Artificial Intelligence (AI), with greater or lesser intensity, has been a common practice in academia for a few decades. This interconnected work allows the development of new narratives as well as the (re)knowledge of new communication practices supported by developments in artificial intelligence, leading researchers and communication professionals to face a moment of change in the conceptualization and practice of communication, with regard to its form, content and generation.

Digital communication is not developing a virtual world, but a real virtuality, integrated with other forms of interaction, in an increasingly 'hybridized' everyday life. In fact, the relationship between organizations and their stakeholders, driven by artificial intelligence, has been evolving, and it is now imperative to recognize the involvement of communication technologies, which give rise to new choices and new patterns of interaction. On the other hand, the relationship that people, different audiences, establish with information in digital environments can also interfere with the way each individual experiences daily life. Interaction with chatbots and the mediation of our daily routine by virtual assistants and applications powered by AI are increasingly common, with which we are also learning to communicate. Thus, the impacts of AI on communication and, therefore, on human life, are complex and paradoxical, also having repercussions on offline experiences.

The objective of this book on Communication and Artificial Intelligence is to provide an in-depth review of the state of the art of research on the topic, in order to provide a deep and current understanding as well as to detect immediate or medium or long-term challenges and opportunities.

Purpose of the book

The design of this book is based on two objectives. First, create a volume dedicated to research in Communication Sciences with a focus on Artificial Intelligence that includes a range of methods, strategies, and points of view on these topics. Second, produce an in-depth analysis of the wide range of Communication and Artificial Intelligence topics, related concepts, cross-cultural perspectives, and principles for developing interdisciplinary approaches. The purpose of this book is to provide a comprehensive



CATOLICA

CEPCEP · CENTRO DE ESTUDOS DOS POVOS
E CULTURAS DE EXPRESSÃO PORTUGUESA

LISBOA

resource to academic researchers, students, and professionals for use as a reference book.

To respond to these two objectives, the book is organized into two parts: in the first part, it will present chapters by guest authors, experts who can provide a unique and current vision on the topic; and a second part will present chapters selected from a call for chapter proposals, selected by the editors.

Target Audience

This book is aimed at a diverse audience, including academics, students, researchers and organizational professionals, both in the public and private sectors. The volume aims to give breadth and depth to the contemporary relations of Communication and Artificial Intelligence.

Instructions for authors

For the publication of an academic book on Communication and Artificial Intelligence, editors receive proposals on interactivity and participation in communication environments that include Artificial Intelligence, on its use in organizational environments and in everyday life, on its role in the production of content, on the algorithmic functioning of platforms and applications, and on the relationship of AI with communication in general, including, but not limited to, conceptualizations, theoretical foundations, conceptual analysis, empirical studies, cases, applications and interventions. The objective of this work is to contribute to an improvement in the understanding of Artificial Intelligence and Communication, and to present resources to better understand these times of profound change in communication in a digital environment.

Proposals must follow the format of an expanded abstract, up to a maximum of 2000 words, including references. Proposals can be submitted in Portuguese and English.

These must be sent to pdias@ucp.pt by **January 31st, 2024**.