

Padronizar, acelerar, excluir: a inteligência artificial na edição de livros no Brasil¹

Ana Clara Lima Ribeiro²

Raissa Baptista³

Stephanie Maria Mendes Gonçalves⁴

Centro Federal de Educação Tecnológica – CEFET-MG

RESUMO

A expansão do uso de ferramentas de IA tem acelerado dinâmicas criação e publicação, mas também tem provocado transformações nos processos de edição. Esta pesquisa pretende discutir como essas mudanças afetam os trabalhadores do livro, investigando os impactos das novas tecnologias no mercado editorial. Com base nos estudos de IAs de Russell e Norvig (2022) e na teoria dos campos de Bourdieu (1996) de mediação cultural de Thompson (2021), adotou-se uma abordagem qualitativa, combinando análise bibliográfica, estudo de casos e experimentação prática com ferramentas de IA. Verificou-se que a IA pode tanto colaborar com a produção quanto prejudicar a circulação de obras literárias, reforçando estereótipos e comprometendo a diversidade cultural ao padronizar representações.

Palavras-chave: Edição; inteligência artificial; mercado editorial.

1 Introdução

A era digital impulsionou uma reestruturação profunda em diversas áreas do conhecimento e da produção. À medida que sistemas e algoritmos se tornam mais sofisticados, a compreensão de sua trajetória torna-se fundamental para dimensionar seu real impacto nas dinâmicas de produção. De acordo com Russell e Norvig (2022), a inteligência artificial (IA) surgiu na década de 1950. O termo não se refere a uma única tecnologia, mas a um conjunto de métodos voltados à criação de sistemas capazes de aprender com dados e tomar decisões com base neles (Russell, 2013; Zawacki-Richter, 2019, *apud* Trindade; Oliveira, 2024). Com o avanço das tecnologias digitais e, mais recentemente, com a rápida popularização da IA generativa a partir de 2021, ferramentas como ChatGPT, Gemini, e Copilot têm sido incorporadas ao mercado editorial, transformando processos como revisão, tradução, diagramação e design.

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem do CEFET-MG. Linha IV: Edição, Linguagem e Tecnologia. Email: anaribeiroun@gmail.com

³ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem do CEFET-MG. Linha IV: Edição, Linguagem e Tecnologia. E-mail: raissabaptista@gmail.com

⁴ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem do CEFET-MG. Linha IV: Edição, Linguagem e Tecnologia. E-mail: stephaniemgmendes@gmail.com

No entanto, seu uso já levanta debates sobre a possível desvalorização dos profissionais da área, diante da promessa de que a IA pode realizar o mesmo trabalho de forma mais rápida e eficiente. No Brasil, o mercado editorial é fortemente marcado pela cultura do freelancer, um profissional muitas vezes sujeito a sobrecarga de demandas e prazos apertados. Nesse contexto, a adoção indiscriminada de tecnologias automatizadas pode agravar ainda mais as condições de trabalho, substituindo etapas antes mediadas por especialistas e enfraquecendo o reconhecimento do saber técnico e criativo desses profissionais.

Nesse contexto, este trabalho busca refletir sobre o uso da IA no campo editorial, analisando seu impacto no trabalho de editores, revisores, diagramadores, designers e outros profissionais do livro. Por meio de uma discussão teórica de caráter exploratório, pretende-se investigar como as transformações tecnológicas reconfiguram a produção, circulação e legitimação de produtos editoriais, a fim de contribuir para o debate sobre o assunto no setor editorial, que precisa se adaptar às transformações da tecnologia. Com isso, busca-se fomentar um debate crítico que explore tanto as potencialidades quanto os limites da IA na reconfiguração do universo do livro, levando em conta sua inserção em um campo culturalmente diverso e desigual como o mercado editorial brasileiro.

2 O algoritmo na indústria do livro

Com o avanço das tecnologias generativas, o setor editorial tem passado por transformações significativas, especialmente na otimização e aceleração dos fluxos de trabalho. A IA permite automatizar tarefas repetitivas, como padronização de estilo e formatação, liberando editores para se concentrarem em aspectos mais criativos e analíticos do texto. De acordo com Kitchin (2017), seu uso aumenta a eficiência e reduz o tempo de lançamento dos livros. Além disso, a IA também contribui para a redução de custos operacionais, favorecendo editoras independentes e autores autopublicados ao tornar acessíveis ferramentas avançadas de edição, promovendo uma maior democratização no acesso à publicação.

Embora promissora, a utilização da IA generativa traz desafios significativos para o processo de edição de livros, podendo comprometer a qualidade do processo. A tentação de delegar tarefas como a revisão, a formatação de estilo ou até mesmo a escrita de seções inteiras a essas ferramentas pode levar à homogeneização do texto,

diluindo a identidade de autoria de um escritor. Além disso, a dependência da IA para aprimoração de conteúdo pode resultar em imprecisões factuais na perpetuação de desigualdades presentes nos dados que treinaram o modelo. A sensibilidade humana, essencial para uma edição que respeita a integridade da obra e do autor, corre o risco de ser negligenciada em favor da velocidade e da eficiência algorítmica, comprometendo a originalidade da publicação final.

Um exemplo que evidencia a questão da utilização da IA no mercado editorial é a retirada do livro *Frankenstein*, com ilustrações feitas por IA, da lista do Prêmio Jabuti em 2023. A obra foi desclassificada após a Câmara Brasileira do Livro (CBL), organizadora do prêmio, justificar que o regulamento não previa a avaliação de livros que utilizavam IA no processo de ilustração. Diante da polêmica, a Câmara Brasileira do Livro (CBL) declarou que “a utilização dessas novas ferramentas será objeto de discussão para as próximas edições da premiação”, sinalizando um movimento de adaptação do mercado editorial às transformações geradas pela IA e as novas dinâmicas de trabalho (Agência Brasil, 2023).

Belenguer (2022) apresenta uma síntese dos principais tipos de fatores tendenciosos recorrentes tanto nos conjuntos de dados usados para treinamento quanto nas aplicações construídas com base em IA. Entre eles, destaca-se o fator histórico, inerente aos dados de treinamento que perpetuam preconceitos sociais (como a discriminação racial); o de medição, presente na forma como recursos específicos são escolhidos e ponderados para análise; e o de produção de conteúdo, que revela diferenças estruturais na linguagem gerada pelos usuários de acordo com grupos de idade e gênero (Belenguer, 2022 *apud* Santos; Spineli; Gois, 2024). Esses princípios são especialmente relevantes para esta pesquisa, pois evidenciam como sistemas de IA afetam diretamente as práticas editoriais.

3 A crise da legitimidade

Em abril de 2024, aconteceu o IA Summit no Mercado Editorial, em São Paulo. O evento explorou as oportunidades e os riscos da IA generativa no mercado editorial, reunindo cerca de 60 participantes presenciais e centenas de pessoas online (Nespe, 2024). As aplicações observadas concentram-se em elementos como ilustrações, sinopses, conteúdo para mídias sociais e traduções técnicas. Essa caracterização das

tarefas como “básicas” levanta uma questão crucial: se a IA é empregada para otimizar essas etapas, o que garante que a dedicação humana será efetivamente direcionada para as dimensões mais complexas e criativas do processo editorial? E, nesse cenário de polarização de tarefas, como diferenciar o que é “básico” do que não é?

De acordo com Armani (2024), a IA transformou drasticamente as relações culturais e simbólicas, exigindo novas definições de criatividade e autoria. Ao gerar, em grande escala, textos, imagens e músicas, os algoritmos rompem a ideia de obra única. Nesse novo cenário, marcado pela interação entre humanos e máquinas, a autoria passa a ser um processo compartilhado, tornando-se difícil delimitar exatamente quem criou o quê. A compreensão dessas dinâmicas de valorização no mercado editorial pode ser aprofundada a partir do conceito de capital simbólico, formulado por Bourdieu (1996).

No interior de um campo social, o capital simbólico diz respeito a qualquer forma de capital que seja reconhecida, legitimada e convertida em prestígio. Esse capital é importante por permitir que os agentes exerçam influência e legitimem sua produção, contribuindo para maior acúmulo de capital econômico. Ainda conforme o autor,

Esse universo relativamente autônomo (o que significa dizer também, e claro, relativamente dependente, em especial com relativo ao campo econômico e ao campo político) dá lugar a uma economia às avessas, fundada, em sua lógica específica, na natureza mesma dos bens simbólicos, realidades de dupla face, mercadorias e significações, cujo valor propriamente simbólico e o valor mercantil permanecem relativamente independentes (Bourdieu, 1996, p. 158).

Ao descrever esse universo como uma “economia às avessas”, Bourdieu aponta que, embora o campo seja relativamente autônomo, o valor propriamente simbólico de uma obra (seu prestígio, reconhecimento crítico, sua importância cultural) e seu valor mercantil (preço, vendas) coexistem em uma relação de relativa independência. Isso significa que uma obra pode ser aclamada criticamente e possuir alto valor simbólico sem necessariamente gerar grandes vendas, e vice-versa.

Em um mercado onde o investimento na qualidade é fundamental, a perda do prestígio de uma obra pode resultar em menos aceitação por parte da crítica e do público que busca essa validação simbólica, levando, por sua vez, a uma queda nas vendas e comprometendo sua circulação e permanência no campo. Um exemplo disso são as editoras que usam a IA para a produção das capas. Muitos leitores se sentem menos

inclinados a comprar esses livros por associarem essa prática à uma falta de respeito com a obra, ou ainda, um investimento precário no produto.

Uma usuária da rede social X⁵ escreveu que “se a capa é de IA há muitas chances da obra também ser ou ter IA. Não sei você, mas eu não vou querer ler um negócio tão chato que nem o autor se importou em escrever. Além de que o escritor que usa IA tá contra quem tá junto no mesmo barco.” (Usuária do X, 2025). Alguns leitores também criticaram o estilo das imagens feitas com IA, alegando que “tiraram toda a alma da capa original do livro pra colocar essa coisa feita por IA toda torta, feia, sem emoção e que não diz nada das protagonistas ou da história” (Usuário do X, 2023).

Em janeiro de 2025, publicado na Espanha pela Harper Collins viralizou nas redes sociais quando Brian Murray, presidente da editora, admitiu em uma entrevista que tem usado IA para publicação de obras em outros idiomas. Ao ser questionado se a editora já usa a tecnologia para traduzir livros para o espanhol, Murray respondeu:

Sim, não para todos os livros, mas para alguns, o mercado é pequeno demais para pagar um tradutor. Há até escassez de tradutores. Na Alemanha, a espera é longa. Acho que no futuro usaremos tradutores, mas o primeiro rascunho será feito por IA. O tempo e o custo serão reduzidos, e poderemos expandir significativamente o número de livros traduzidos. Para os melhores autores literários, sempre usaremos tradutores do início ao fim. (Murray, 2025).

Com tal afirmação, Murray revela não apenas uma hierarquização explícita entre escritores considerados mais ou menos “dignos” do trabalho humano, mas também evidencia uma mudança nas dinâmicas editoriais diante das possibilidades oferecidas pela IA. Ao justificar seu uso com base na baixa rentabilidade de certos mercados, a editora transfere o critério de investimento editorial do campo da qualidade e da curadoria para o campo da automatização e da redução de riscos. Em vez de sustentar a aposta em obras com menor retorno imediato, algo que historicamente define o papel cultural das editoras, a lógica passa a ser a da eficiência operacional, eliminando custos ao automatizar processos como a tradução.

Essa mudança afeta diretamente o papel da mediação editorial, que, como aponta Thompson (2021), consiste justamente em assumir riscos, investir em obras não garantidas e equilibrar valores simbólicos e econômicos. Ao priorizar traduções automáticas para autores considerados “menores”, a editora reforça desigualdades e

⁵ As identidades dos usuários do X foram anonimizadas para resguardar sua privacidade, conforme os princípios éticos da pesquisa e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

limita o alcance de obras menos comerciais a experiências de leitura potencialmente empobrecidas. Além disso, automatizar versões em outros idiomas, como o espanhol, reforça uma lógica hierárquica entre línguas e leitores, sugerindo que certos públicos merecem menos cuidado editorial do que outros. Nesse sentido, o valor simbólico da tradução como gesto de escuta e interpretação cultural pode ser desvalorizado em nome da escala e da produtividade.

Ao relegar determinadas funções à automação, arrisca-se comprometer justamente os pontos de contato entre o livro e o público, esvaziando o trabalho editorial de sentidos que antes eram atribuídos a um olhar qualificado e sensível. Essas tarefas, portanto, estão longe de ser “básicas”, como foram caracterizadas no IA Summit no Mercado Editorial. Sinopses, traduções e a elaboração do projeto gráfico de um livro têm papel fundamental na mediação entre o livro e seus leitores, influenciando diretamente sua circulação. Em um mercado marcado pela concorrência e pela saturação de títulos, a forma como uma obra é apresentada, traduzida e divulgada pode ser decisiva para sua trajetória.

4 IA como editora na prática

Para exemplificar a atuação de uma IA, foi realizada uma interação com o ChatGPT, simulando situações de revisão textual. Foi solicitado que a ferramenta revisasse trechos com erros de ortografia, coesão, concordância ou incoerências narrativas, com e sem a aplicação de termos regionalistas, em quatro exemplos, para verificar o comportamento da IA em cada caso. A seguir, estão descritos os procedimentos adotados na interação com o ChatGPT:

Versão utilizada: ChatGPT-4o, versão paga, acessado pelo navegador web (chat.openai.com) em junho e julho de 2025.

Prompt 1: Você agora é um revisor profissional. Seu trabalho é em uma grande editora. Você é especialista em corrigir erros gramaticais, melhorar a coesão, ajustar a fluidez do texto e resolver detalhes que possam comprometer a qualidade do texto. As frases serão enviadas manualmente, uma por vez. Sempre que receber uma frase, apenas revise, fazendo as correções necessárias.

No primeiro exemplo, um erro simples de digitação no nome do personagem (“Ediardo” em vez de “Eduardo”) foi identificado e corrigido pela ferramenta. Na

segunda situação, foi enviada uma frase com uma incoerência narrativa (o vestido que era azul no começo, no final aparece como vermelho). A IA também percebeu a inconsistência e fez a correção. Na sequência, foi enviado o mesmo trecho, mas com elementos estéticos de caráter regionalista: usou-se a palavra “prenha” para se referir à gravidez, termo geralmente usado em regiões rurais. A ferramenta corrigiu o regionalismo proposital (substituindo “prenha” por “grávida”), e percebeu a incoerência, mas manteve a menção ao vestido vermelho. Já no último exemplo, utilizou-se uma frase com regionalismo exagerado. Nesse caso, o ChatGPT identificou o estilo de escrita e manteve algumas expressões, mas novamente não identificou a incoerência narrativa. O Quadro 1, a seguir, apresenta a comparação do comportamento da IA em cada caso.

Quadro 1: Experimentações no ChatGPT

Exemplo	Frase enviada	Revisão feita pela IA	Elementos
1	Carlos Ediardo voltou para casa ontem mais tarde , deixou sua mochila na mesa e se deitou na cama para dormir.	Carlos Eduardo voltou para casa mais tarde ontem , deixou a mochila sobre a mesa e se deitou na cama para dormir.	Erro de digitação.
2	Rebecca usou o seu vestido <u>azul</u> na festa de casamento. Ao final do evento, todos elogiaram o seu lindo vestido <u>vermelho</u> , que encantou a todos presentes.	Rebecca usou seu vestido <u>azul</u> na festa de casamento. Ao final do evento, todos elogiaram seu lindo vestido <u>vermelho</u> , que encantou os presentes.	Incoerência narrativa.
3	Rebecca usou o seu vestido <u>azul</u> na festa de casamento. Ao final do evento, todos elogiaram o seu lindo vestido <u>vermelho</u> , que encantou a todos os presentes. Ninguém percebeu que estava prenha .	Rebecca usou seu vestido <u>azul</u> na festa de casamento. Ao final do evento, todos elogiaram o lindo vestido <u>vermelho</u> que ela usava, encantando os presentes. Ninguém percebeu que ela estava grávida .	Incoerência narrativa e leve regionalismo.
4	Lá vai Rebecca, toda prosa no casamento com o vestido <u>azul</u> . No fim da festa, o povo tudo só tinha olho pro bendito vestido <u>vermelho</u> , que tava pra lá de bonito e encantou uma ruma de gente. Mas que tabacada ! Ninguém se tocou que ela tava com o bucho crescendo.	Lá vai Rebecca, toda prosa no casamento com seu vestido <u>azul</u> . No fim da festa, o povo todo só tinha olho pro tal do vestido <u>vermelho</u> , que estava pra lá de bonito e encantou uma ruma de gente. Mas que tabacada ! Ninguém se tocou que ela já estava com o bucho crescendo.	Incoerência narrativa e regionalismo exagerado.

Fonte: As autoras (2025).

A percepção da IA sobre os regionalismos apenas quando aparecem de forma exagerada demonstra uma dificuldade para captar nuances e hibridizações na linguagem, o que pode levar à reprodução de estereótipos, simplificando a riqueza e a complexidade das identidades culturais expressas no texto literário. Além disso, quando

os regionalismos se tornam marcantes, a ferramenta não consegue captar o equívoco da cor do vestido, sugerindo que não é capaz de lidar com ajustes de muitas naturezas ao mesmo tempo. Esse tipo de limitação técnica também evidencia os riscos de delegar à IA tarefas sensíveis no processo editorial, como a tradução.

No quarto teste, com regionalismo exagerado, aplicamos mais uma vez o terceiro exemplo e, dessa vez, a ferramenta manteve a palavra “prenha”, que anteriormente havia sido substituída por “grávida”. Embora modelos como o ChatGPT possam adaptar suas respostas conforme recebem instruções, essa flexibilidade aparente não deve ser confundida com uma compreensão genuína. A IA opera com base em padrões estatísticos e, mesmo quando “aprende” o estilo desejado ou reconhece certos elementos culturais a partir de comandos reiterados, ela tende a seguir caminhos previsíveis e formatados. Seu processo de geração textual não envolve interpretação no sentido humano, mas repetição refinada de estruturas já validadas em treinamento.

Na sequência, foi utilizado o seguinte prompt para questionar a ferramenta sobre suas próprias limitações em comparação a um revisor humano:

Prompt 2: Qual tipo de erro você acredita que passaria despercebido por você, mas que um revisor humano seria capaz de identificar?

O ChatGPT listou as seguintes dificuldades: a incapacidade de captar ironias, a dificuldade em identificar erros pontuais, a fragilidade em perceber incoerências sutis em textos longos, além de limitações para adequar o conteúdo ao público-alvo. Também reconheceu uma deficiência em preservar estilo literário único do autor, o que pode enfraquecer a identidade da obra (OpenAI,2025). A conversa completa está disponível para consulta no link gerado no próprio ChatGPT, conforme indicado nas referências deste artigo.

Dado o exposto, o uso da IA em processos editoriais levanta preocupações quanto à homogeneização de vozes e à reprodução de estereótipos. Quando esses sistemas operam com base em modelos generalistas, correm risco de não reconhecer a complexidade de certos contextos culturais e podem acabar consolidando uma lógica editorial excludente, que valoriza apenas o que se encaixa nas formas já legitimadas de expressão.

5 Conclusão

Em meio aos ganhos de produtividade e à promessa de democratização do acesso à edição, é preciso reconhecer que a adoção da IA no setor editorial não é neutra. A IA pode atuar como uma ferramenta colaborativa no processo editorial, contribuindo tanto para a qualidade quanto para a eficiência da produção, além de oferecer suporte criativo ao gerar ideias, sugerir redações alternativas e auxiliar na elaboração de conteúdo preliminar. Também permite uma análise avançada de dados de leitura, fornecendo às editoras subsídios estratégicos para decisões editoriais, personalização de experiências e conexão mais eficaz entre obras e leitores (Davenport & Ronanki, 2018).

Contudo, se por um lado a IA acelera processos e amplia possibilidades, por outro, impõe riscos à diversidade de perspectivas e à diversidade editorial por carregar consigo desigualdades estruturais. A MariTalk, uma IA brasileira desenvolvida por pesquisadores brasileiros, é uma alternativa ao uso de modelos de linguagem estrangeiros baseados em algoritmos criados por grandes. Por ter sido projetada na língua portuguesa, ela trabalha com uma base de dados menos generalista e oferece uma possibilidade mais alinhada com o contexto sociocultural brasileiro. Ainda assim, o mais importante na incorporação dessas tecnologias no processo editorial é a supervisão e olhar crítico de um profissional da edição qualificada.

Como evidenciam os exemplos analisados, apesar de eficiente em tarefas objetivas ou repetitivas, a IA não substitui o trabalho humano, pois não possui sensibilidade, compreensão contextual e repertório cultural. Além disso, seu uso em etapas como tradução e design de capa pode comprometer o valor simbólico da obra e contribuir para a perda de autoridade de editoras e agentes. As ferramentas utilizadas refletem as bases sobre as quais foram construídas: dados, valores e estruturas predominantemente brancas, masculinas e ocidentais, que contribuem para a reprodução de estereótipos e apagamentos. Por isso, destacamos a importância maior ainda de lutar por um mercado mais diverso, no qual profissionais de grupos minoritários ocupem posições centrais nas decisões editoriais e na construção de um futuro mais diverso para a indústria do livro.

REFERÊNCIAS

- ARMANI, W. R. A inteligência artificial e a sociologia: potenciais, limites e novas fronteiras analíticas. In: **Ciências humanas, pensamento crítico e transformação social**. Ponta Grossa: Editora Atena, 2024.
- BOURDIEU, P. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- DAVENPORT, T. H., & Ronanki, R. (2018). *Artificial intelligence for the real world*. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.
- GOOGLE. **Gemini**. 2025. Disponível em: <https://gemini.google.com/>. Acesso em: 11 jun. 2025.
- KITCHIN, R. (2017). *Big Data and Human Geographies: A Research Agenda*. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 42 (1), 1-13.
- MOURA, B. F.. **Livro ilustrado por IA é retirado da lista do Prêmio Jabuti**. *Agência Brasil - EBC*, 10 nov. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-11/livro-ilustrado-por-ia-e-retirado-da-lista-do-premio-jabuti>. Acesso em: 21 jun. 2025.
- NETO, L. **O que eu aprendi no 'IA Summit no Mercado Editorial'**. *NESPE*, 17 abr. 2024. Disponível em: <https://www.nespe.com.br/2024/04/o-que-eu-aprendi-no-ia-summit-no-mercado-editorial/>. Acesso em: 21 jun. 2025.
- OPENAI. **ChatGPT**. 2025. Disponível em: <https://chatgpt.com/share/686d4e34-b4b4-8008-bb2d-018719777b51>. Acesso em: 12 jun. 2025.
- MURRAY, B.. **Brian Murray, presidente de HarperCollins: “No creo que los humanos quieran leer historias generadas por máquinas”**. Entrevista concedida a Justo Barranco Madri. *La Vanguardia*, 19 set. 2024. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20240919/9951537/brian-murray-harpercollins-editorial-inteligencia-artificial-tiktok-audiolibros.html>. Acesso em: 21 jun. 2025.
- RUSSEL,S.; NORVIG, P. **Inteligência artificial: uma abordagem moderna**. 4. ed. Rio de Janeiro: GEN LTC, 2022. 1080p.
- SANTOS, C. M.; KISS SPINELI, P.; GOIS, J. P. Em busca de diversidade na Inteligência Artificial: caminhos para a criação científica e artística. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 12, n. 25, p. e024013, 2024. DOI: 10.22484/2318-5694.2024v12id5505. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/5505>. Acesso em: 21 jun. 2025.
- THOMPSON, J. B. **A guerra dos livros: a revolução digital no universo editorial**; traduzido por Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2021.
- TRINDADE, A. S. C. E. da; OLIVEIRA, H. P. C. Inteligência artificial (IA) generativa e competência em informação: habilidades informacionais necessárias ao uso de ferramentas de IA generativa em demandas informacionais de natureza acadêmica-científica. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 29, Fluxo Contínuo, p.1-27, 2024.
- X Corp. **X**. 2025. Disponível em: <https://x.com>. Acesso em: 20 jun.2025.