

ISSN: 2178-602X

Artigo seção temática
Volume 19, Número 2, mai-ago de 2025Submetido em: 01/04/2025
Aprovado em: 18/05/2025

Riscos e oportunidades do uso de inteligência artificial na produção jornalística: uma análise das diretrizes do Grupo Globo

Risks and opportunities of using artificial intelligence in journalistic production: an analysis of Grupo Globo guidelines

Riesgos y oportunidades del uso de inteligencia artificial en la producción periodística: un análisis de las directrices del Grupo Globo

Cristine GERK¹
Marialva BARBOSA²

Resumo

Este artigo tem o objetivo de analisar riscos e oportunidades trazidos pelo uso da Inteligência Artificial (IA) em redações de jornais, tendo como eixo condutor da reflexão o anúncio das diretrizes para uso da IA divulgadas pelo Grupo Globo, o maior conglomerado de notícias do Brasil, em junho de 2024. A análise do impacto do uso de IA em redações é feita com apoio de pesquisadores que estudam as transformações no jornalismo a partir da digitalização na sociedade, no Brasil e no exterior.

Palavras-chave: inteligência artificial; jornalismo; diretrizes.

Abstract

This article aims to analyze the risks and opportunities brought about by the use of Artificial Intelligence (AI) in newspaper newsrooms, with the guiding principle of reflection being the announcement of guidelines for the use of AI released by Grupo Globo, the largest news conglomerate in Brazil, in June 2024. We analyze the impact of the use of AI in newsrooms with the support of researchers who study the topic and the transformations in journalism due to digitalization in society, in Brazil and abroad.

¹ Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: crisgerk@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4948-6200.

² Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense. Professora titular da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: autor@email.com. ORCID: https://orcid.org/0001-8875-7128.



Keywords: artificial intelligence; journalism; guidelines.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar los riesgos y oportunidades que trae consigo el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en las redacciones de periódicos, teniendo como principio rector de la reflexión el anuncio de las directrices para el uso de IA lanzadas por el Grupo Globo, el mayor conglomerado de noticias de Brasil, en junio de 2024. Analizamos el impacto del uso de IA en las redacciones con el apoyo de investigadores que estudian el tema y las transformaciones en el periodismo debido a la digitalización en la sociedad, en Brasil y en el exterior.

Palabras clave: inteligencia artificial; periodismo; pautas.

Introdução

No dia 27 de junho de 2024, o Grupo Globo atualizou seus princípios editoriais para incluir orientações sobre inteligência artificial na produção jornalística em todas as suas redações. De acordo com o material divulgado pelo conglomerado em seus principais sites de notícias³, o objetivo da mudança seria encorajar testes e uso dessa tecnologia – que amplia de forma disruptiva a capacidade de processamento e geração de informações – “como um meio para aprimorar a qualidade do jornalismo, mantendo o compromisso com a isenção, a correção e a agilidade”, como ressaltado no informativo, propagado no mesmo dia e com o mesmo conteúdo nos sites informativos do grupo (tais como G1, O Globo Online, Extra Online) e também em seus programas jornalísticos de maior audiência, como “Jornal Nacional”.

A elaboração de orientações sobre o uso de inteligência artificial no jornalismo feita pelo Grupo Globo acompanha um movimento global. Veículos como os jornais *The New York Times* e *The Guardian*, as redes de televisão PBS (EUA) e CBC (Canadá) e as agências de notícias Associated Press, France Presse e Reuters, por exemplo, divulgaram documentos sobre o tema no ano passado. Jornais brasileiros acompanharam a tendência. Neste artigo, partimos de uma análise das diretrizes divulgadas pelo Grupo Globo para refletir sobre riscos e oportunidades trazidos pelo uso da Inteligência Artificial (IA) em redações de jornais, com apoio de pesquisadores

³ Cf, por exemplo, <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml>, acesso em 07/01/2025.



que estudam as transformações em curso no jornalismo a partir da digitalização da sociedade, no Brasil e no exterior.

A computadorização faz parte dos processos jornalísticos desde o início dos anos 1980, especialmente depois que empresas começaram a investir em serviços de videotexto. Assim como o século XIX relaciona-se às transformações da imprensa escrita e o XX aos efeitos do aparecimento e supremacia da radiotelevisão, o XXI lida com as mudanças trazidas pelas plataformas digitais.

A Inteligência Artificial (IA) evoluiu da Ciência da Computação e está presente em nossa sociedade desde a década de 1950, mas seus avanços e a abrangência de seu uso, cada vez mais acessível e presente no cotidiano, promovem tensões de naturezas diversas, que também afetam o jornalismo. Emergem cada vez mais, em todo mundo, preocupações referentes ao impacto da IA na prática jornalística, na esteira das reflexões sobre impactos da digitalização da sociedade para este grupo de profissionais.

A IA tem como proposta sistematizar e automatizar tarefas intelectuais e, por isso, tornou-se relevante para todas as esferas da humanidade que exijam atividades intelectuais. Ao jornalista cabe analisar e debater as implicações e possibilidades da tecnologia, de forma a identificar perigos e vantagens. É ainda mais importante compreender os caminhos possíveis aos jornalistas mediante um cenário de crise pelo qual o setor vem enfrentando na contemporaneidade⁴.

Uma das ferramentas de IA mais usadas e conhecidas é o ChatGPT, lançado em 30 de novembro de 2022. É uma das principais ferramentas fundamentadas na arquitetura GPT, de Inteligência Artificial Generativa (GenAI ou IAG). As letras GPT significam *Generative Pre-Trained Transformer* (Transformador Pré-treinado Generativo).

De acordo com o relatório *Journalism AI*, um projeto da *London School of Economics and Political Science*⁵, apoiado pela *Google News Initiative*, publicado em 2023, as organizações têm utilizado aplicações de GenAI em todos os estágios de criação de notícias, desde a ideação até a distribuição. No Brasil e, em outros países, ainda não há uma legislação sobre o uso da GenAI no jornalismo. No final de 2023, 26 organizações, incluindo o Grupo de Diários América (GDA), do qual o grupo Globo faz

⁴ Sobre transformações no jornalismo no contexto digital e a crise relacionada, c.f., por exemplo, DEUZE (2006).

⁵ Disponível em <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/polis/JournalismAI/The-report>, acesso em 10/01/2025.



parte, se uniram para lançar o documento “Princípios Globais para a Inteligência Artificial”. Segundo o documento, a intenção é fomentar a discussão em relação à regulamentação de sistemas e aplicativos de IA. Alguns veículos de comunicação começaram, desde então, a publicar e divulgar suas diretrizes para o uso da tecnologia, incluindo o Grupo Globo, no meio do ano passado. A plataformização se torna cada vez mais presente nas diretrizes dos grupos de comunicação, para criação de produtos e serviços e ordenação do trabalho jornalístico.

O Grupo Estado também lançou, em 22 de novembro de 2023, sua política de uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) para o uso das redações. Apesar de trazer apontamentos sobre o que não pode ser feito, o documento deixa claro que o Estadão está produzindo conteúdo a partir desta ferramenta com e sem a revisão humana. Nos casos em que não há a revisão humana, é preciso que haja uma homologação do Comitê. Há ainda pouca clareza em relação ao que não pode ser feito com o apoio da IA. Para produção de roteiro de perguntas de entrevistas e ferramenta de busca, por exemplo, são feitas “recomendações”, mas não há proibições.

No documento divulgado pelas empresas do Globo, o grupo destaca que o uso da IA amplia a capacidade de processamento e de geração de informação, mas “não altera os valores que norteiam o exercício do jornalismo profissional”. Entre estes valores, está reforçada a proposta de produzir informação “de qualidade”: “isenta, correta e prestada com rapidez”.

Esta ponderação presente logo no começo do texto informativo divulgado nos sites do grupo é o primeiro aspecto que vamos analisar. Marca um movimento recorrente dos jornalistas de reforçar sua identidade histórica (GERK, 2016) em meio às incertezas trazidas pela digitalização. O Grupo Globo ressalta, no início do texto, que a IA não altera “os valores que norteiam o exercício do jornalismo profissional”. Historicamente, estes valores⁶ relacionam a identidade jornalística à dimensão gnoseológica, ou seja, o fato de o jornalista, a priori, sempre se reportar ao mundo real, mesmo quando a realidade se enquadra em um mundo virtualizado. Aí se fundam as crenças sobre a verdade jornalística, a isenção e o papel de mediação. A retórica jornalística busca um estatuto de verdade por meio da norma da objetividade, ou seja, na reunião de elementos que esfumaçam o esforço retórico e revertam o discurso de aparência inquestionável, evidente, lógica. Daí a noção, ressaltada nas diretrizes, de

⁶Estes valores são estudados por autores como Lopes (2013).



que o jornalismo profissional está comprometido a produzir informação "isenta e correta".

Os desafios do jornalismo hoje envolvem a crise de expectativa do público a respeito de quem na sociedade tem legitimidade discursiva para configurar a verdade. Mas os jornalistas ainda acreditam que esse é o caminho para se manter na esteira da relevância: reforçar o pacto de entrega da verdade, sobretudo em um ambiente de proliferação de *fake news*. Como afirma Berger (2003, p. 21), estes "efeitos de verdade" são fundamentais para o fazer jornalístico: os testemunhos, as provas, a redação objetiva reforçam tudo o que pode contribuir para ganhos de credibilidade quando a tarefa é dar conta do presente, da atualidade. O tornar público é fonte de poder; selecionar o que será visível implica uma questão ética. Este ainda é o lugar privilegiado da vigilância, fundamental à democracia.

Outra dimensão histórica do jornalismo tem a ver com seu caráter atual e periódico, o que se relaciona com a noção de prestar uma informação "com rapidez", como apregoam as diretrizes. Neste sentido, o tempo de produção do jornalismo se adequa ao relógio acelerado das redes e do consumo de notícias on-line, na lógica do "tempo real". As diretrizes do Grupo Globo fazem questão de reforçar que, apesar das mudanças nas práticas trazidas pelas transformações digitais, como a IA, o fazer jornalístico ainda é regido por valores históricos que norteiam a identidade profissional.

A base da relação do jornalismo com o tempo é a ideia de que jornais operam como mediadores de nossa experiência histórica, oferecendo à sua comunidade de leitores um mapa temporal de narrativas de uma atualidade socialmente partilhada. Como vimos, a atualidade é a temporalidade do tempo presente definidora e legitimadora do jornalismo enquanto instituição social, que demarcaria o próprio sentido de realidade e definiria modos de organizar a vida cotidiana. Mas agora vivemos uma espécie de ultra-atualidade, que não permite mais a pausa necessária para esse tempo organizador da vida cotidiana. Nesse sentido, a relação do jornalismo com a atualidade ganha novos contornos, no tempo acelerado da internet, que não permite pausas nem durante a produção nem entre a veiculação, o consumo e o retorno opinativo da audiência, indicando já novos caminhos imediatos da produção ou até a revisão do que acabou de ser feito. Tudo no mesmo tempo: agora. Nas diretrizes, fica reforçado o compromisso com esta agilidade na produção jornalística e a relação do uso de IA com esta missão. Ou seja, a inteligência artificial pode ser uma ferramenta



para ajudar o jornalista a dar conta da velocidade com a qual sua entrega precisa ser feita ao leitor.

As diretrizes definem ainda que cada conteúdo gerado de forma automatizada passará por uma revisão humana antes de ser veiculado. Este ponto também merece destaque por reforçar uma supremacia dos homens em relação às máquinas, sobretudo no esforço de defender que o trabalho humano não pode ser substituído ou descartado em função das máquinas, como analisaremos mais à frente. Segundo o documento, a correção e a qualidade desses conteúdos serão garantidas por supervisão de processos, leituras por amostragem e outras formas de checagem. Isso não diminuiria a responsabilidade do jornalista: todos os envolvidos na produção desses conteúdos – assim como acontece com toda reportagem – são responsáveis pelo resultado, de acordo com o informativo.

O documento reforça ainda que, em alguns casos, entretanto, será necessário destacar como a inteligência artificial foi empregada em um determinado conteúdo jornalístico. Isso será feito, segundo o informativo, sempre que contribuir para que o público compreenda as circunstâncias em que a reportagem foi produzida.

Os meios de comunicação e profissionais indicarem o uso de IAs nas suas produções jornalísticas torna-se crucial para que haja uma transparência com seus leitores. Transparência é um desses valores históricos que têm sido reforçados pelas organizações jornalísticas em um cenário de disseminação em massa de *fake news*. Essa atitude é norteada pela promessa de gerar confiança do público em relação ao meio de comunicação, aumentando a credibilidade do jornalismo profissional. A divulgação das diretrizes e a determinação de que o uso da IA deve ser anunciado pelos meios é uma forma de estimular esta transparência e a credibilidade do trabalho.

A credibilidade é defendida por autores como Sodré (2009) como o principal capital simbólico do jornalista, que parte de uma espécie de pacto estabelecido entre o profissional de imprensa e o leitor. Cardoso *et al* (2021, p. 12) também alertam para a necessidade de modelos transparentes, tanto em relação ao uso dos algoritmos quanto aos modos de controle e de responsabilização de quem utiliza a IA:

O jornalismo feito por algoritmos afeta a confiança nas notícias, por isso a transparência sobre o funcionamento dos algoritmos é fundamental para conquistar a confiança dos utilizadores [...] A transparência também passa por responsabilizar quem controla a IA, ou seja, quem toma as decisões, e identificar quem é responsável pela gestão e supervisão. Aqui o serviço público de *media* tem responsabilidade acrescida.



Cardoso *et al* (2021) ressaltam ainda que “a IA deve ser encarada como uma ferramenta jornalística e, como tal, deve obedecer a ética e profissionalismo jornalístico”, ou seja, os princípios que regem o ethos e a identidade jornalística, como estamos destacando. Neste sentido, é preciso estimular debates sobre a existência de princípios partilhados sobre os motivos e as diretrizes para utilizar a IA em organizações jornalísticas.

No final de 2024, foi lançado pela Intercom o guia “Diretrizes para o uso ético e responsável da Inteligência Artificial Generativa” com o objetivo de orientar pesquisadores de todos os campos do conhecimento sobre o uso ético e responsável da IAG. No guia, os pesquisadores reforçam que não é possível aceitar uma visão simplista de que tais IAs seriam apenas ferramentas, como uma calculadora ou um computador, já que elas exibem comportamentos inteligentes, possíveis devido à forma como foram construídas e treinadas: a partir de grandes volumes de dados, serem capazes de tomar decisões parecidas com humanos.

Isso traria, segundo o guia, quatro questões fundamentais. A primeira é que, por pertencerem a *Big Techs* com sede nos Estados Unidos, a maior parte das ferramentas de IA tenderão a privilegiar visões de mundo de países hegemônicos ocidentais. A segunda questão é que as *Big Techs* aproveitam as interações com humanos para treinamento de seus modelos. Isto significa que, em maior ou menor medida, os dados disponibilizados e as interações com pesquisadores se tornarão parte do sistema, o que gera problemas, por exemplo, em relação a dados confidenciais e a propriedade intelectual. A terceira questão destacada no material é que, como os dados primordiais para o treinamento de tais modelos vieram da Internet, problemas gerais da sociedade serão refletidos na forma como esses modelos irão reagir. Grupos subrepresentados, excluídos e marginalizados, como mulheres, negros, povos indígenas, LGBTQIAPN+, entre outros, passarão por nova marginalização. A quarta questão é que tais modelos podem errar ou “mentir”, inventando fatos ou referências bibliográficas inexistentes, já que ao tentar imitar um humano, sem ter treinamento suficiente, a IA tem como foco a performance, ou seja, a velocidade da resposta em detrimento da melhora na taxa de acerto.

O guia lançado pela Intercom destaca alguns princípios gerais para o uso ético das ferramentas de IAG em pesquisas científicas, que poderiam ser também pensados por empresas de comunicação ao elaborar suas diretrizes para uso das ferramentas. O



primeiro deles, e mais fundamental, é que antes de adotar a Inteligência Artificial Generativa em seus processos de trabalho, pesquisadores devem compreender adequadamente os termos de serviço, as políticas de privacidade e as implicações de segurança associadas a essas tecnologias. Nesse sentido, é fundamental verificar, antes do uso, se as ferramentas de IA generativa escolhidas violam alguma regulamentação brasileira vigente, notadamente a Lei Geral de Proteção de Dados ou direitos de propriedade intelectual de terceiros. Também recomenda-se evitar compartilhar dados confidenciais, proprietários ou com implicações de propriedade intelectual ao usar ferramentas de IA generativa.

O segundo princípio geral ressalta que as ferramentas de IAG não podem ser listadas como autores, pois a autoria exige uma pessoa legal e responsável (*accountable*) pelo conteúdo e a última aprovação da versão final do produto a ser publicado deve sempre uma tarefa humana. O terceiro diz respeito à transparência (assim como as diretrizes do Grupo Globo também destacam): é preciso descrever como a ferramenta foi usada. A quarta, relacionada à integridade, destaca a necessidade de supervisão humana rigorosa no uso da ferramenta, com adoção de estratégias de triangulação e validação cruzada dos dados. De acordo com o material, as informações da IA devem ser verificadas com múltiplas fontes confiáveis, servindo como ponto de partida para pesquisas mais aprofundadas, não como fonte definitiva. O quinto princípio relaciona-se com a originalidade: cabe aos autores buscar garantir a originalidade do trabalho e citar todas as fontes de forma adequada. Enquanto o sexto princípio destaca novamente a preservação da agência humana (que as ferramentas não podem servir para minar as relações humanas), o sétimo trata do uso eticamente orientado: que as instituições acadêmicas devem estabelecer diretrizes claras e mecanismos de supervisão. O oitavo e último fala da importância de letramento no uso da IA para quem o utiliza.

Assim como as diretrizes científicas divulgadas pela Intercom, os principais pontos destacados nas orientações do Grupo Globo dão conta de que o uso de inteligência artificial nas redações deve ter supervisão humana e ser transparente com o público. Uma terceira dimensão ressaltada por todos é a importância de respeitar direitos autorais – próprios e de terceiros, tema que debateremos mais à frente. Refletiremos também, nas linhas a seguir, sobre a necessidade de parâmetros para lidar com a tecnologia nas diversas etapas do processo de produção jornalística por parte das empresas neste momento histórico.



Oportunidades

A redução dos postos de trabalho tem impactos nas rotinas profissionais e nos ambientes das redações, caracterizados cada vez mais por uma produção exaustiva, que não permite pausas. Os impactos da convergência digital sobre o trabalho dos jornalistas são objeto de grande número de estudos, como o de Jacques Mick (2012). Os investigadores estudam problemas que se referem tanto ao discurso jornalístico (efeitos da convergência sobre temas e narrativas), quanto aos processos de produção (efeitos sobre estratégias de apuração e sobre organização do trabalho). Nesse último aspecto, ressalta o autor, destacam-se a imposição da multifuncionalidade, a precariedade dos vínculos de contratação e a juvenilização da categoria, entre outros impactos das mudanças impostas pelas empresas jornalísticas, diante da redução de receitas e da fragilização de seu modelo de negócios, no contexto de convergência e de direcionamento ao universo digital.

Nota-se uma diversificação de atividades e a precarização das formas de contratação de jornalistas. Funções tradicionais ligadas à apuração e à produção da informação receberam atualizações, em denominações tais como repórter de web, redator de conteúdo online ou webjornalista, ou outras relacionadas à checagem de dados. Surgiram novas funções e atividades, típicas da produção para internet; as mídias ou redes sociais respondem por boa parte delas. Os rótulos indicam tanto a produção explícita de conteúdos para as redes sociais, quanto outras funções ou atividades, a exemplo de “levantamento de dados” ou “experiência do usuário” e “monitoramento da audiência”.

As atividades de “monitoramento” ou “análise” e as funções designadas como de “analista” merecem atenção: elas tanto podem indicar especialidades novas (acompanhamento sistemático e produção de relatórios sobre o conteúdo publicado por concorrentes ou sobre as reações de leitores, por exemplo), quanto indicar subterfúgios utilizados pelos empregadores para subcontratar jornalistas em funções mal remuneradas ou sem garantia. Outras funções parecem indicar precariedade de vínculos de contratação, pela remissão a atividades subalterna, como os vários tipos de “assistentes” (MICK, 2015). Há com frequência sobreposição de funções impostas a um só profissional (que atua, ao mesmo tempo, como repórter, editor, fotógrafo, cinegrafista, apresentador, diagramador). Nas menções de trabalhadores de fora das



redações tradicionais, também há combinações variadas entre todo tipo de atividade (assessor de imprensa, comunicação, editor, produtor, revisor, colunista, repórter, consultor).

Esse fenômeno também se relaciona com certo enfraquecimento do papel do editor em um ambiente em que, cada vez mais, os próprios repórteres postam diretamente as matérias nos sites, sem passar pela edição. Nas grandes redações, ainda resiste a figura do editor para trabalhar as matérias do agonizante impresso, mas nos sites ele fica responsável apenas pela edição das capas ou homes. O editor sempre foi a figura mais experiente, que, muitas vezes, ascendeu ao cargo justamente por ter boa redação e apuração, responsável por garantir a qualidade do texto. Neste sentido, é de se esperar que, em um ambiente sem edição, o texto tenha qualidade reduzida. E não nos referimos apenas a copidesque ou revisão ortográfica e gramatical. O trabalho de edição complexo enriquece o texto de muitas maneiras: identifica falhas na apuração, aponta caminhos, melhora o estilo. No ambiente virtual, essa figura perde cada vez mais o destaque. Isto pode ser um risco na adoção do uso de IA de redações, por isso a necessidade de “supervisão humana”, como determinam as diretrizes, em um sentido amplo.

Como sinalizamos, a divulgação de diretrizes é uma forma de ressaltar o compromisso com a transparência no uso da tecnologia e tentar garantir ao público leitor que os riscos da ferramenta não são ignorados: ao contrário, estão sendo observados e sanados. Sob a perspectiva de Sodré (2009), no século XXI estamos diante de uma crise de confiança que atinge instituições clássicas da modernidade, como a política, crenças e grande narrativas. A internet, a partir da segunda geração (a *web 2.0*), surgiu com a promessa de tornar a mídia totalmente democrática e acessível, receptiva a qualquer um que queria expressar suas opiniões e contar suas experiências, já que ela reforçava conceitos como troca de informações e colaboração de internautas com sites e serviços virtuais. Porém, o que se viu na prática, desde então, não foi apenas a experiência democrática, já que a internet também possibilitou a proliferação de notícias falsas de maneira exponencial, trazendo consequências nefastas para o mundo. Neste sentido, o uso de IA nas redações precisa ser bem dirigido e inspecionado para não sucumbir ao risco de disseminar informações erradas ou falsas.

Entretanto, em um cenário de sobrecarga e multitarefas, o uso de IA se apresenta para os jornalistas de redação como um aliado no momento de realizar



tarefas mais “braçais”, como tradução de texto, revisão ortográfica ou a produção de textos estritamente baseados em dados simples e primários, tais como resultados de partidas de futebol. A inteligência artificial também é usada para sugestão de títulos, na busca de escolhas que atraiam maior audiência em um contexto de disputa digital por cliques. A inteligência artificial, em uma perspectiva otimista, pode ser uma aliada do jornalista profissional sobrecarregado, para ajudar seu trabalho de forma prática e funcional, aproveitando uma ferramenta cujo uso já está disseminado em diversos outros aspectos da atividade humana na atualidade a favor do jornalismo.

No documento divulgado pelo Grupo Globo, fica determinado que os jornalistas devem considerar o uso de inteligência artificial para otimizar o processo de apuração das notícias – por exemplo, na realização de busca e levantamento de informações, no processamento de grandes volumes de dados e no acesso a bases de dados confiáveis para não haver vazamento de informações sigilosas ou de dados protegidos pela legislação vigente, nem o uso de informações que firam a propriedade intelectual, como destacado em outras recomendações publicadas que mencionamos.

De acordo com as diretrizes, a inteligência artificial não deve ser usada, contudo, para redigir textos opinativos ou editoriais. A opinião e a análise devem ser reservadas para os jornalistas, que podem fornecer o contexto e a perspectiva necessários. Revisões gramaticais, correções factuais e enriquecimento para fins de estilo são permitidos. Ferramentas de IA podem ser usadas ainda, segundo o documento, para fazer pequenas correções técnicas em áudios e imagens com o intuito de facilitar ao público a apreensão das informações que aquela imagem ou áudio contém, “sem jamais alterar a realidade retratada”.

O processamento de quantidades massivas de dados é uma oportunidade trazida pela inteligência artificial para jornalistas, que muitas vezes não têm tempo nem treinamento adequado para dar conta da quantidade de dados disponível on-line. Enquanto o acesso às informações foi facilitado pela digitalização da sociedade, a corrida contra o tempo e a multitarefa impostas aos jornalistas dificultam a interpretação e o tratamento dos dados a fim de transformá-los em informação útil para o grande público. Os dados acabam se perdendo num mar de informações. As diretrizes apontam para a oportunidade do uso de IA para dar conta dessa profusão de dados e reforçam a importância do trabalho mais “analítico” do jornalista profissional, bem como seu compromisso em não “alterar a realidade retratada”, como



mencionamos na introdução deste texto. Preocupações e movimentos que só o ser humano, e não uma máquina, pode ter.

Alguns projetos que usam inteligência artificial têm sido estudados e vistos como oportunidades interessantes a serem copiadas e aproveitadas pelo jornalismo de forma geral. Um deles é o coletivo “Serenata de Amor”. O nome do projeto é inspirado pelo “Caso Toblerone”, no qual uma política na Suécia renunciou o seu cargo após ser flagrada utilizando o cartão governamental para comprar Toblerone e outros artigos pessoais. O Serenata de Amor, por sua vez, utiliza uma Inteligência Artificial chamada Rosie, que é capaz de analisar os gastos reembolsados pela Cota para Exercício da Atividade Parlamentar (CEAP), de deputados federais e senadores, feitos em exercício de sua função, identificando suspeitas e incentivando a população a questioná-los. A Rosie é uma robô capaz de observar os gastos que não seguem o padrão, algo que pareça suspeito, mas nem tudo o que ela encontra é necessariamente irregular, por isso ela compartilha as suas suspeitas no *Twitter/X* e “pede ajuda” aos cidadãos.

No geral, o coletivo é um projeto aberto que usa ciência de dados com a finalidade de fiscalizar gastos públicos e compartilhar as informações de forma acessível a qualquer pessoa. Por isso, eles criaram o Jarbas, um site onde é possível navegar pelos gastos e descobrir mais sobre cada suspeita. Com a intenção de expandir o projeto, a Rosie está sendo desenvolvida para aprender coisas novas, adaptando-se para o mapeamento de bancos de dados dos municípios. Por isso, o coletivo tem trabalhado na criação do Querido Diário, que é um projeto que busca tornar transparente os dados dos diários oficiais de todas as cidades do Brasil. Marconi (2021) já apontou que:

As organizações de jornalismo de nível local, em particular, têm um papel fundamental na recolha de informação sobre a região e as comunidades que servem, onde existem menos dados disponíveis e uma sub-representação na cobertura noticiosa *mainstream*. Nestes casos, a IA pode ajudar, não apenas na produção de notícias, mas também no processo de recolha e partilha de dados, sobretudo de nível local.

Além da relação direta com o cidadão, bots como a Rosie também poderiam ser utilizados pelas redações como ponto de partida para a proposição e a apuração de pautas. A apuração ficaria a cargo da reportagem. A revolução digital expandiu a oferta e disponibilidade de dados utilizados em processos de jornalismo computacional,



gerando a explosão do que é popularmente denominado como *Big Data*. Nesse sentido, o uso de IA pode ajudar a encontrar e categorizar esses dados como ponto de partida para processos de checagem mais amplos, empreendidos pela reportagem.

Cardoso *et al* (2021, p. 16) afirmam que em redações só podem aproveitar as IAs através de um esforço de equipe, onde os departamentos se envolvem e participam:

Na programação e supervisão da IA devem ser constituídas equipes mistas ao serviço do departamento de notícias. Assim é necessária a participação de jornalistas, cientistas de dados, designers e engenheiros informáticos, criando sempre as condições para que, na lógica computacional de suporte ao trabalho de investigação jornalística, sejam representadas as diferenças culturais e de gênero.

Em 2023, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) publicou um guia chamado *Reporting on artificial intelligence: a handbook for journalism educators*, com orientações importantes para quem ensina jornalismo. Uma delas é interessante destacar aqui também: a de que a cobertura jornalística da IA deve informar o público sobre as implicações da própria tecnologia, para além do jornalismo. Por exemplo, ao relatar a dinâmica de poder na mudança de relacionamento entre empresas, autoridades, cidadãos e chips de computador, e entre dados e algoritmos. Embora muitas implantações de IA sirvam ao interesse público, os jornalistas também necessitam de percepção e conhecimento para alertar sobre aspectos como exclusões, benefícios desiguais e violações dos direitos humanos.

Outro alerta importante, que cabe pontuar, é que, embora os “usuários” da IA possam ser agentes ativos, com frequência e ao mesmo tempo, são também matérias-primas para commodities produzidas para venda a clientes interessados em pagar pelo acesso, inclusive anunciantes e outros com interesses em manipulação ao invés de autonomia humana. Ao produzir reportagens, devemos lembrar que faz parte da vocação geral dos jornalistas avaliar quais direitos humanos podem ser prejudicados. No caso da IA, em vez de ficar cego pelas promessas de progresso, é fundamental considerar especialmente os direitos à dignidade, à privacidade, à igualdade e à justiça.

O documento destaca que a IA tem várias aplicações positivas potenciais no jornalismo, tais como: melhor distribuição personalizada de conteúdo; produção de conteúdo mais eficiente e automatizada; preços dinâmicos, tanto para anúncios quanto para assinaturas; capacidade de encontrar mais histórias em dados e mais dados em histórias; melhores transcrições automatizadas; moderação de conteúdo gerenciável; reconhecimento de notícias falsas e *deepfakes*; novas ferramentas de



desmascaramento; pesquisa aprimorada de imagens e vídeos; e análise de sentimentos mais profundos sobre o conteúdo gerado pelo usuário (UGC). Para o mercado de notícias, que vem lutando com dificuldades financeiras e modelos de negócios esgotados há anos, as possibilidades de fazer mais com menos funcionam como uma saída. Especialmente em mercados locais com redações cada vez menores, a IA abre oportunidades para melhorar a cobertura digital da política e da economia locais.

Riscos

As diretrizes do Grupo Globo ressaltam a necessidade de vigilância para que não haja uso de “informações que firam a propriedade intelectual”. Um dos principais riscos envolvendo o uso de IA em redações é justamente o plágio, já que normalmente não emergem nos conteúdos as fontes das informações. A preocupação com o plágio e a propriedade intelectual se disseminou no contexto das redes sociais, em que materiais são reproduzidos e circulam nas redes sem qualquer preocupação em explicitar a fonte da informação. Isto gera um prejuízo financeiro para as empresas jornalísticas, que veem o fruto de seu trabalho gerar lucros para outros disseminadores de conteúdo sem qualquer controle ou punição. O uso de IA pode agravar este risco, tendo em vista que as informações são coletadas em diversas fontes, nem sempre mencionadas, na hora da produção automática do texto. Tanto os produtores de notícia podem ver seus conteúdos serem usados sem dar crédito como podem, eles mesmos, acabar plagiando outras fontes de conteúdo, desta forma cometendo o mesmo erro que tanto criticam.

A ameaça já é uma realidade. Pesquisas mostraram que algumas empresas de jornalismo têm usado esses sistemas para plagiar o conteúdo de outros veículos de forma velada, postando no próprio site o material como se tivesse sido produzido por eles, sem dar os devidos créditos aos verdadeiros autores, que é o caso do Grupo Jovem Pan. A denúncia foi feita para o *Intercept Brasil* (Ribeiro, 2024), por meio de profissionais que atuavam na empresa. A reportagem revelou que o grupo usava uma IA chamada “*Samy News*”. A própria reportagem do *Intecerpt* fez um levantamento e revelou que 66% do material produzido pela “Jovem Pan” é feito por essa IA, copiando textos de outros portais.

A denúncia afirma ainda que o Grupo Jovem Pan estava, aos poucos, substituindo seus jornalistas, o que acaba sendo medo de muitos profissionais e também aparece nas diretrizes do Grupo Globo, preocupado em ressaltar no



documento a supremacia dos humanos em relação às máquinas e a necessidade de supervisão da inteligência artificial. Muitos jornalistas temem que a IA se torne mais uma ferramenta usada para substituir o trabalho de profissionais de redação, como editores, revisores, editores de fotografia, tradutores de texto, jornalistas de dados. O grupo de pesquisa “Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas da ESPM-SP, em parceria com o boletim Jornalistas&Cia, realizou a pesquisa “Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”. Entre os dados mais alarmantes estão a falta de treinamento para o uso das ferramentas de GenAI, além das preocupações com os cortes de postos de trabalho devido à tecnologia. Atento a essa preocupação, nas diretrizes, o Grupo Globo diz que “investe na capacitação de seus profissionais para o uso eficaz e ético das ferramentas de IA”. Uma investigação mais ampla seria necessária para entender como é essa capacitação e se é efetiva.

Quandt *et al* (2021) sinalizam que o papel do jornalista precisa mudar e transcender o papel do público, e diz que “o medo do jornalista de ser substituído não é tão emergente, afinal, as máquinas ainda precisam de pessoas para lhes programar e lhes ensinar”. O que gera inquietação é pensar: mas até que ponto as pessoas estão interferindo no conteúdo entregue pelas máquinas, em vez de apenas reproduzi-lo?

O risco de usar estes conteúdos sem checagem também envolve, naturalmente, erros. Para além dos óbvios benefícios da internet (mais informação, arquivos, fontes e dados disponíveis), muitos jornalistas se inquietam com a pressão causada pelo imediatismo da rede e esse leitor sempre conectado. Os assuntos viram notícia muito rapidamente, mas muitas vezes a verificação da informação é difícil devido ao frequente anonimato das fontes. Da mesma forma que ficou mais fácil encontrar determinadas informações, é mais fácil também expor pessoas e marcar suas vidas, sem provas. Uma foto de suspeito corre o mundo em segundos, marginalizando-o como acusado ou criminoso. Os boatos podem ser letais num ambiente em que todos se veem e se consideram num playground, onde podem dizer o que querem, sem consequências. Por isso, a importância do alerta dos perigos de publicar notícias baseadas apenas em IA. Nas diretrizes do Grupo Globo, fica reforçado que o uso de IA deve ser supervisionado pelos jornalistas, como falamos. Mas de que forma se dá essa supervisão? O texto não detalha.

A dataficação e a mercantilização são frutos do neoliberalismo constituído do capitalismo americano (Van Dijck, 2019 *apud* Sousa e Tondato, 2024). A problematização acerca disso também se dá pela questão de como esses dados gerados



por meio do processo algoritmo são utilizados, já que quando transformados em mercadorias carregam processos sociais e econômicos, mas que estão ocultos aos olhos do cidadão.

O crescimento constante de plataformas tem influenciado e modificado a distribuição de notícias, o que afeta consideravelmente as dimensões econômicas e tecnológicas do jornalismo. O objetivo principal é sempre atrair novos usuários para essas plataformas e mantê-los conectados. Quanto menor a transparência e o rigor sobre processos e menor cuidado e zelo na apuração, maior o risco de perda da credibilidade. Qualquer reforço da credibilidade de uma organização jornalística deve garantir mecanismos efetivos capazes de oferecer à sociedade e à audiência a possibilidade de cobrar e receber os resultados prometidos em seus projetos.

Apesar das mudanças observadas no contexto digital, ainda se espera que algumas características clássicas do profissional de imprensa não mudem. O jornalista ainda precisa ser alguém capaz de apurar: obter informações cruciais de uma testemunha, cobrar de forma incisiva respostas de autoridades públicas, saber onde achar um documento, decifrar rotinas de organizações ou explicar como conseguir determinado serviço. O problema é que esse investimento na apuração corre o risco de ficar cada vez mais superficial diante da quantidade de informações e tarefas, a cobrança pela rapidez e a automação de processos, a partir de ferramentas de IA, por exemplo.

As notícias falsas circulam de forma cada vez mais acelerada e ampla no ambiente digital. Mentiras sempre circularam em materiais informáticos na sociedade, o que chama a atenção hoje é a velocidade, a facilidade e a abrangência do fenômeno. Segundo uma pesquisa do *Ipsos Institute*, os brasileiros aparecem como o povo que mais acredita em *fake news* no mundo – são 62%, seguidos de Arábia Saudita e Coreia do Sul (58%) e peruanos e espanhóis (57%). Para Sunstein, os boatos são “quase tão antigos quanto a história humana, mas com o surgimento da internet hoje se tornaram onipresentes” (SUNSTEIN, 2010, p.3). Na internet, o fenômeno é exacerbado graças também a recursos tecnológicos, como a IA, da qual estamos falando.

O jornalismo sempre se legitimou pela capacidade de contar a verdade, decorrente, como chama a atenção Sodré e Paiva (2011), do preceito das liberdades civis instituídas pela Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. A liberdade de imprensa funciona como condição de outras liberdades. Foi assim, ressaltam os autores, que a imprensa pode ser reconhecida como obra do espírito objetivo moderno



e constituir pano de fundo ético-político que tornaria escandaloso para a consciência liberal o fenômeno do jornalismo sensacionalista, ou tornaria condenável pela consciência moral do jornalista o falseamento ou o encobrimento da verdade factual.

Assim, não se trata de pensar em uma demonstração lógica ou filosófica da verdade, mas, sim, de se apoiar em pacto de credibilidade, como denominam Sodré e Paiva (2011), que instituem as próprias regras em um tipo particular de “conhecimento de fato”, nos termos da definição de Hobbes (1979). No pacto implícito entre o jornal e seu leitor, espera-se que o discurso do jornalista seja crível a ponto de que o leitor lhe reconheça como verdade. O jornalismo, enquanto instituição, sempre enfrentou crises, seja por tensões com poderes ou por adequações demandadas por atualizações tecnológicas. Para se manter saudáveis economicamente, as instituições jornalísticas dependem da receita publicitária, que por sua vez também se apoia na credibilidade. Isto é, se o jornal não consegue reunir elementos que credenciem seu noticiário como credível, certamente seu leitorado não o considerará assim.

Historicamente há diversos episódios em que os próprios meios tradicionais de imprensa propagaram notícias falsas. Hoje, é mais fácil checar informações. Então, é ainda mais gritante a necessidade de checagem por grandes disseminadores de conteúdo. Um anônimo pode não ter tanto compromisso com a apuração, mas o jornalista profissional, sim. As *fake news* reforçam a necessidade do “caráter pluralista da imprensa” como uma forma de se contrapor ao argumento dos disseminadores de notícias falsas de que as grandes empresas jornalísticas “escondem” as informações do público. Entretanto, em um cenário de enxugamento do número de jornalistas empregados, o processo de checagem parece, às vezes, ficar mais precário e terceirizado a ferramentas, como a IA. É necessário que o uso destas ferramentas seja feito da forma mais cuidadosa, criteriosa e transparente possível, para que erros ou informações precárias atrapalhem ainda mais a imagem das grandes instituições jornalísticas.

Um outro ponto fundamental de reflexão, que certamente ainda demanda um debate mais amplo, para além até destas linhas, é a necessidade alimentada pelo uso da IA de discutir os riscos que sofre o jornalismo profissional como um todo em um ambiente de economia da escrita e da reflexão crítica, facilitado pela produção baseada em simples comandos. Para produzir texto a partir de um prompt com os cinco comandos básicos da estrutura do lide jornalístico, não são necessários muitos profissionais em redações. Mas o que isso significa do ponto de vista mais amplo, ou



seja, dentro do debate do que é ser jornalista, numa perspectiva histórica? É interessante usar também as publicações destas diretrizes de uso da IA em grandes redações como mais um elemento deste debate maior.

Conclusão

As políticas de uso de ferramentas de IA são um avanço levando em consideração que o uso da tecnologia ainda é muito recente e muitos grupos de comunicação estão em fases de testes e se familiarizando com as possibilidades e restrições. Além disso, no Brasil não há legislação, o que gera muitas incertezas. Mas suas diretrizes carecem de detalhamentos importantes em relação aos processos, trazendo, em sua maioria, direcionamentos genéricos.

Nas diretrizes publicadas pelo Grupo Globo, o conglomerado se compromete a informar ao público sobre o uso de inteligência artificial em seus conteúdos jornalísticos e garante que a divulgação das diretrizes é uma parte deste processo. Mas acreditamos que novas etapas devem ser acrescentadas a este movimento e explicadas em detalhes ao público. Por exemplo: as diretrizes do Grupo Globo sugerem que, da mais sucinta nota à mais extensa reportagem, a tecnologia poderá ser empregada, em “maior ou menor escala”, sempre que contribua para que a informação jornalística seja isenta, correta e prestada com rapidez: “Em alguns casos, entretanto, será necessário destacar como a inteligência artificial foi empregada em um determinado conteúdo jornalístico”. Não ficam delimitados em detalhes que casos são estes e o que pode ser considerado menor e maior escalas.

Em outro ponto, é dito que “os jornalistas vão adotar estratégias para que eventuais erros e enviesamentos produzidos pela inteligência artificial – e, de resto, por qualquer tecnologia usada – não resultem em erros ou enviesamentos na cobertura jornalística”. Novamente não são listadas que estratégias são estas. É informado ainda que os jornalistas têm a responsabilidade de analisar quais tipos de informação são inseridas em ferramentas de IA, para “não haver vazamento de informações sigilosas ou de dados protegidos pela legislação vigente, nem o uso de informações que firam a propriedade intelectual”. Mas como será feita esta análise?

As empresas midiáticas estão tentando aprender a expandir possibilidades de lucro, alargar mercados e reafirmar compromissos. Em relatório produzido pelos pesquisadores da Escola de Jornalismo da Universidade Columbia (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012) há 13 anos, os autores já sugeriam formas de automatizar a



produção jornalística e citavam o uso de programas que fazem sozinhos textos padronizados, como resultados financeiros de empresas e de competições esportivas. Segundo os autores, seria interessante deslocar a mão de obra de atividades repetitivas e elementares para tarefas que exijam interpretação do fluxo enorme de informações/dados e de textos mais complexos. Seria uma forma de otimizar o tempo em redações cada vez mais enxutas, como já mencionamos. Entretanto, preocupa o risco de incidência de erros quando a fonte das notícias é a própria internet ou apenas robôs.

A sobrecarga do jornalista tem sido citada constantemente como motivo de preocupação, já que a produção se concentra, basicamente, num único profissional que acumula várias funções. Neste contexto, cada vez mais, o jornalista precisa entender de tecnologia, e não só de texto. Ao escrever, é cobrado por arquitetar maneiras de transmitir a informação a partir de canais diversos, com modelos inovadores e atrativos. Ele precisa estar atento ao que acontece nos mundos real e virtual, o que estão comentando, compartilhando, que novas ferramentas surgem, para incorporar novidades ao seu trabalho. É provável que profissionais de empresas de tecnologia cada vez mais se associem a jornalistas na busca por soluções e respostas. Essa demanda, novamente, vira mais uma atribuição do jornalista, que o tira da atenção ao texto. IA pode ajudar a arquitetar novas maneiras de transmitir a informação, mas este processo esbarra em outro problema: a falta de treinamento para lidar com estas novas ferramentas da melhor forma possível para facilitar o trabalho sem trazer tantos riscos.

Na discussão sobre quem é o jornalista hoje, a tecnologia tem um papel principal na formação de novas exigências. Em nome do aumento da produtividade, os jornalistas são submetidos a novas e complexas rotinas de trabalho, sobrecarregando-os de tarefas, o que, na visão de muitos autores (KISCHINHEVSKY, 2009), pode comprometer a qualidade informativa do jornalismo.

O sucesso do jornalismo sempre foi influenciado por avanços tecnológicos: da máquina de escrever ao computador, das câmeras e gravadores analógicos aos digitais, de uma única mídia ao multimídia. Mas a tecnologia sempre foi vista como presságio de ameaças, por vir acompanhada de níveis maiores de estresse nas redações, que as encaram como indício de mais trabalho, sem maiores vantagens. É demandado um longo tempo até que mudanças sejam sedimentadas na cultura de trabalho das organizações jornalísticas. Os jornalistas se queixam de pouco treinamento e perda de tempo para aprender e cumprir tantas demandas. Essa máxima só não costuma valer



para os recém-chegados, segundo Deuze (2012), que são mais entusiasmados com as novas tecnologias, e para os freelancers, que encaram as novas tarefas como potenciais chances de encontrar mais trabalho. Não se trata, portanto, de demonizar o uso de IA nas redações, mas de refletir sobre ele de forma profunda, para que o uso seja o mais racional possível. E investir também na formação dos jornalistas, tanto na Academia quanto nas redações, para que possam usar estas ferramentas de forma capacitada e crítica.

O modo de produção, de certa forma superficial por não empreender uma investigação mais aprofundada, se relaciona com os regimes de tempo da atualidade, adaptados ao cotidiano profissional do jornalista. A alta competição no ambiente digital, repleto de fontes de informação, demanda uma participação ativa no mundo virtual, sobretudo pela necessidade de receber e processar ininterruptamente uma imensa e crescente quantidade de dados. Isso provoca no jornalista um estresse de atenção contínuo.

Só que num contexto de redações cada vez mais esvaziadas, o jornalista precisa fazer de tudo um pouco. Ele cobre folgas de colegas, faz plantões em editorias diversas, redige várias matérias por dia. Isso dificulta o processo de especialização e agrava, ao contrário, o chamado generalismo. Para Trasel (2013), a informatização resulta numa taylorização do trabalho do jornalista, na alta rotatividade das redações e no fim da especialização. Passa-se a esperar de um redator que ele possa escrever um texto objetivo sobre temas de qualquer área, para que se possa intercambiar mais os funcionários. A análise e o comentário passam a ser terceirizados. O uso de IA nas redações reforça esta impressão.

O jornalismo possui um ritmo regulado pela velocidade da produção, pela rapidez com que um conteúdo é transformado em produto noticioso. Franciscato (2003) marca que há uma tensão entre a velocidade do movimento do mundo e a velocidade da produção do discurso jornalístico sobre esse movimento, pois o jornalismo vive um permanente risco de que o sentido de tempo que traz no seu discurso se descole do tempo do mundo. Isso parece sofrer grande exacerbação no momento atual, em função das mídias digitais. Essa noção é incorporada na rotina das redações: a fuga da defasagem é razão para acelerar a produção e dar valor à noticiabilidade de um evento. É interessante pensar que essa relação com o tempo, que simultaneamente engloba multiplicidade, instantaneidade e um tempo comum, afeta profundamente a prática jornalística, impondo cada vez mais um sentido de urgência



e uma sensação de descarte, tão presentes na adoção de IA na produção jornalística. Neste sentido, usar a IA pode ser interessante e trazer oportunidades para o jornalismo, mas é necessário maior aprofundamento e leis que possam reger este uso de forma detalhada e assertiva.

Referências

- ANDERSON, Christopher William; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism: adapting to the Present**. Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism, New York, 2012. Disponível em: <<http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism>>. Acesso em: 10 jan. 2014.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.
- CARDOSO, Gustavo et al. **Algoritmos e notícias: a oportunidade da inteligência artificial no jornalismo**. OberCom. 2021.
- DEUZE, Mark. **O jornalismo e os novos meios de comunicação social**. Comunicação e Sociedade, v.9, 2006, p.15-37.
- DEUZE, Mark. **Media Life**. Cambridge: Polity Press, 2012.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2017.
- GERK, Cristine. **Jornalismo e público: reconfigurações no contexto digital. WhatsApp do Extra como ferramenta histórico-tecnológica**. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.
- HOBBES, Thomas. **Leviatã ou matéria, Forma e Poder de um Estado Eclesiástico e Civil**. Col. Os Pensadores. Trad.: João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizza da Silva. 2^a ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico**. In: RODRIGUES, Carla (org). Jornalismo OnLine: Modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.
- LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2013.
- MICK, Jacques; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012**. Florianópolis: Insular, 2013.



QUANDT, Nadine Evelyn et al. **Análise de apurações jornalísticas feitas com o uso da Inteligência Artificial**. Redes - Revista Interdisciplinar do IELUSC, [S.l.], n. 4, p. 3952, dez. 2021.

RIBEIRO, Paulo Victor. **Jovem Pan usa plataforma de plágio com nome de Samy Dana para copiar reportagens de outros sites**. Intercept Brasil, 25 jan. 2024. Disponível: <https://www.intercept.com.br/2024/01/25/jovem-pan-usa-plataforma-de-plagio-com-nome-de-samy-dana-para-copiar-reportagens-de-outros-sites/>. Acesso: 20 mar. 2024.

SAMPAIO, R.C.; SABBATINI, M.; LIMONGI, R. **Diretrizes para o uso ético e responsável da Inteligência Artificial Generativa: um guia prático para pesquisadores**. São Paulo: Editora Intercom, 2024.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. **Informação e boato na rede**. In: SILVA, G. et al (org.). Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

SUNSTEIN, Cass. **A verdade sobre os boatos – como se espalham e como acreditamos neles**. Rio de Janeiro: ELSEVIER, 2010.

TRASEL, Marcelo. **Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência coletiva à inteligência artificial**. In: PRIMO, Ale (Org.). *Interações em Rede*. Porto Alegre: Editora Meridional, 2013, p.191-210.

UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Reporting on artificial intelligence: a handbook for journalism educators**. Brasília, 2023.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.