

ISSN: 2178-602X

Artigo seção temática
Volume 19, Número 2, maio-agosto de 2025Submetido em: 02/04/2025
Aprovado em: 28/05/2025

IA generativa: mudanças nas práticas jornalísticas brasileiras a partir da análise de políticas de uso

Generative AI: changes in Brazilian journalistic practices based on the analysis of usage policies

IA generativa: cambios en las prácticas periodísticas brasileñas a partir del análisis de políticas de uso

Francilene de Oliveira SILVA¹
Rita de Cássia Romeiro PAULINO²

Resumo

Este trabalho tem como objetivo identificar de que forma as práticas jornalísticas estão sendo impactadas pela Inteligência Artificial Generativa. Para isso, tem como suporte teórico a teoria Ator-Rede e a Human-Machine Communication. Conduziu-se uma pesquisa com base em análise de conteúdo categorial das políticas de uso de IA publicadas por nove veículos jornalísticos brasileiros nos anos de 2023 e 2024, apoiada em outros métodos como a revisão bibliográfica. Observa-se o surgimento de novas práticas jornalísticas com a incorporação de um novo ator tecnológico, a ampliação da divisão de tarefas entre humanos e máquinas no processo de produção de conteúdo e a supressão e a adição de tarefas aos jornalistas humanos. Percebe-se também a incorporação da tecnologia em todas as etapas do processo jornalístico, com destaque para a produção de conteúdo.

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa; Jornalismo; Políticas de Uso de IA; Teoria Ator-Rede; Human-Machine Communication

¹ Doutoranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: oliveirafrancilene@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-2798-6969>

² Doutora pelo Programa de Pós-Graduação Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (ECG/UFSC). Professora no Curso de Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor/UFSC). Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Mestrado Profissional (PPGCOMPRO/UFMA) e professora colaboradora no Programa de Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento (EGC/UFSC). E-mail: rcpauli@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3020-7091>



Abstract

This study aims to identify how journalistic practices are being impacted by Generative Artificial Intelligence. To this end, it uses the Actor-Network Theory and Human-Machine Communication as theoretical support. A research is conducted based on categorical content analysis of AI use policies published by nine Brazilian journal vehicles in the years 2023 and 2024, supported by other methods such as a bibliographic review. The study observed the emergence of new journalistic practices with the incorporation of a new technological actor, the expansion of the division of tasks between humans and machines in the content production process, and the elimination and addition of tasks for human journalists. The incorporation of technology in all stages of the journalistic process is also evident, with emphasis on content production.

Keywords: Generative Artificial Intelligence; Journalism; Guidelines; Actor-Network Theory; Human-Machine Communication

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo identificar cómo las prácticas periodísticas están siendo impactadas por la Inteligencia Artificial Generativa. Para ello, tiene como soporte teórico la teoría Actor-Red y la Comunicación Hombre-Máquina. Se realizó una investigación basada en el análisis de contenido categórico de las políticas de uso de IA publicadas por nueve medios de comunicación brasileños en 2023 y 2024, apoyada por otros métodos como la revisión bibliográfica. El surgimiento de nuevas prácticas periodísticas se puede observar con la incorporación de un nuevo actor tecnológico, la ampliación de la división de tareas entre humanos y máquinas en el proceso de producción de contenidos y la supresión y adición de tareas para los periodistas humanos. También es notoria la incorporación de la tecnología en todas las etapas del proceso periodístico, con énfasis en la producción de contenidos.

Palabras clave: Inteligencia Artificial Generativa; Periodismo; Políticas de Uso de IA, Teoría del Actor-Red; Human-Machine Communication

Introdução

Os dispositivos que utilizam Inteligência Artificial Generativa têm mostrado a importância de olhar não apenas a agência humana, mas também a da tecnologia no campo jornalístico.

Uma das principais teorias a dar visibilidade a atores não humanos nas relações sociais foi a Teoria Ator-Rede (TAR). Mais recentemente, para responder à complexidade estimulada pelas tecnologias mais sofisticadas, a Teoria Human-Machine Communication (HMC) atribuiu à tecnologia não só a agência e transmissão da informação, mas também o papel de comunicadora (fonte de mensagem), algo até



então entendido como um comportamento essencialmente humano. A inserção deste novo ator não humano impacta o papel do jornalista e como ele se enxerga dentro do processo jornalístico.

O lançamento do chatbot ChatGPT, em novembro de 2022, impulsionou o uso da IA generativa, complexificando o ecossistema jornalístico. A existência desses chatbots deve-se a pesquisas que se iniciaram ou evoluíram durante a Segunda Guerra Mundial por matemáticos e cientistas da computação.

Um dos marcos iniciais da Inteligência Artificial (IA) foi o artigo "Um cálculo lógico das ideias imanentes na atividade nervosa"³ publicado em 1943 por Warren McCulloch e Walter Pitts. Inspirados no neurônio biológico, os investigadores propuseram um modelo de neurônio artificial baseado em circuitos elétricos. O estudo foi pioneiro ao sugerir uma analogia entre o cérebro e um computador, um conceito que se tornaria central no desenvolvimento da Inteligência Artificial.

Em 1950, Alan Turing publicou o artigo "Computing Machinery and Intelligence", no qual apresentou o famoso Teste de Turing e defendeu a ideia de que máquinas poderiam simular a inteligência humana. Pouco tempo depois, em 1951, Claude Shannon propôs um modelo estatístico de linguagem⁴. Ele observou que as letras do alfabeto se sucedem em uma ordem particular e em diferentes frequências na língua inglesa. Por exemplo, um artigo precede um substantivo e a letra "E" é a mais comum do alfabeto.

O termo "Inteligência Artificial" foi oficialmente criado em 1956, durante a conferência de Dartmouth, organizada por John McCarthy, Marvin Minsky, Claude Shannon e Nathaniel Rochester. O evento reuniu pesquisadores americanos interessados em temas como teoria dos autômatos, redes neurais e o estudo da inteligência (Russell e Norvig, 2022).

Segundo Russell e Norvig (2022), as décadas de 1950 e 1960 foram marcadas por grande entusiasmo na área, com a criação de programas que resolviam problemas de maneira similar ao raciocínio humano. Podemos citar, como exemplo, o desenvolvimento da ELIZA nos anos 1960, um chatbot simples que simulava conversação humana. Embora limitado, o sistema despertou o interesse por avanços

³ McCulloch, W.S., Pitts, W. A logical calculus of the ideas immanent in nervous activity. *Bulletin of Mathematical Biophysics* 5, 115–133 (1943). <https://doi.org/10.1007/BF0247825>

⁴ C. E. Shannon. Prediction and entropy of printed English. *Bell System Technical Journal*, Vol. 30, pp. 51-64, 1951.



futuros no Processamento de Linguagem Natural, sendo considerado um precursor das ideias que, mais tarde, dariam origem à Inteligência Artificial Generativa, um subcampo específico da IA (Solanki e Khublani, 2024).

No entanto, o entusiasmo arrefeceu. À medida que os sistemas da época falhavam diante de problemas mais complexos, cresceu a frustração com os resultados obtidos. Essa decepção levou a um período de estagnação e cortes de investimentos entre as décadas de 1970 e 1980, conhecido como o “Inverno da IA”.

Apenas no final da década de 1980 houve um renascimento das pesquisas com redes neurais. Conceitos antes limitados pela capacidade computacional passaram a ganhar força com o aumento do poder de processamento e a crescente disponibilidade de dados (Solanki e Khublani, 2024). Nesse contexto, a partir dos anos 2000, destacam-se os trabalhos do psicólogo cognitivo e cientista da computação Geoffrey Hinton, que demonstrou como redes neurais com múltiplas camadas podiam ser pré-treinadas camada por camada, um processo que ficou conhecido como deep learning. Sua abordagem ensinou as máquinas a "aprender a aprender", permitindo que ajustassem seus próprios parâmetros por tentativa e erro.

Nos últimos anos, os avanços em IA foram impulsionados com o advento das Redes Generativas Adversariais (GANs) introduzidas por Ian Goodfellow, em 2014. Essa arquitetura, baseada na competição entre duas redes neurais, permitiu a geração de novos dados mais autênticos.

Outro marco importante foi o lançamento da arquitetura Transformer, em 2017⁵ por pesquisadores do Google. Diferente dos modelos anteriores, o Transformer é capaz de capturar o contexto das palavras sem depender de uma leitura sequencial, o que aumentou significativamente a capacidade das máquinas de analisar e produzir linguagem natural. Essa tecnologia transformou o campo do Processamento de Linguagem Natural e tornou-se o alicerce dos Grandes Modelos de Linguagem (LLMs), permitindo a geração de textos mais fluentes, coerentes e contextualmente precisos.

A emergência dos LLMs a partir de 2018, com a introdução do GPT (Generative Pre-trained Transformer) pela OpenAI, marcou um novo patamar na geração automática de texto. Esse avanço ganhou ampla visibilidade em 2022, com a

⁵ Uszkoreit, Jakob. Transformer: A Novel Neural Network Architecture for Language Understanding. Google Research. 31 ago. 2017. Disponível em: <https://research.google/blog/transformer-a-novel-neural-network-architecture-for-language-understanding/>



popularização do ChatGPT, que impulsionou a adoção da Inteligência Artificial Generativa em larga escala e a colocou no centro dos debates públicos e tecnológicos (Solanki e Khublani, 2024; Kalota, 2024).

Retomando o início deste artigo, observa-se que a base conceitual dos Grandes Modelos de Linguagem (LLMs) remonta a Claude Shannon (1948), que estabeleceu fundamentos estatísticos para a modelagem linguística e para a ciência cognitiva (Ji, 2024). Apesar da distância de mais de sete décadas entre os modelos contemporâneos e o trabalho de Shannon, ambos compartilham a premissa de que a linguagem pode ser tratada como um processo estatístico previsível, no qual é possível estimar a próxima palavra (ou letra) com base no contexto anterior.

Embora a ideia de criar máquinas capazes de gerar conteúdo seja antiga, as tecnologias que sustentam a Inteligência Artificial Generativa são relativamente recentes (Kaplan, 2024). Seu desenvolvimento só se tornou viável nas últimas décadas, graças ao aumento do poder computacional e à ampla disponibilidade de dados na internet. A própria noção de “IA generativa” deriva do verbo gerar, ou seja, produzir ou criar, e refere-se à capacidade desses sistemas de produzir novos conteúdos, como textos, áudios e códigos (Silva et al, 2024).

Essa nova ferramenta levanta, então, questões desafiadoras, porque afeta os “trabalhadores do conhecimento” em um cenário em que o jornalismo é entendido como forma social de conhecimento (Genro Filho, 1997). Até recentemente, os trabalhadores mais qualificados que atuavam com tarefas mentais e criativas tendiam a se beneficiar mais da tecnologia porque ela apenas complementava suas competências. Isso muda com essa nova ferramenta tecnológica que também pode realizar essas tarefas, além das rotineiras e físicas (Srour, 2023).

Koivisto e Grassini (2023) mostram que chatbots de IA estão melhorando em testes para medir a criatividade, tradicionalmente considerada uma habilidade exclusiva do ser humano. Os autores definem criatividade “como a capacidade de produzir ideias que são, até certo ponto, originais e úteis”. Essa definição permitiu aos pesquisadores avaliar a criatividade das “ideias” geradas por IA usando os mesmos critérios aplicados às ideias humanas.

O fato de as máquinas estarem assumindo comportamentos até então considerados somente humanos tem provocado perguntas sobre a compreensão da natureza das coisas e das pessoas. No centro desaas discussões estão questões fundamentais sobre a natureza da identidade e da criatividade humanas, e como esaa



identidade interage com sistemas de IA que parecem capazes de uma produção criativa semelhante à humana (Koivisto e Grassini, 2023). Ainda para os autores, à medida que as tecnologias de IA avançam, somos obrigados a reconsiderar as qualidades únicas que definem nossa espécie, como o conceito de criatividade, visto que a IA tem a capacidade de gerar conteúdo aparentemente original.

Não é só o conceito de criatividade que está sendo reavaliado por várias áreas. No jornalismo, alguns estudiosos têm questionado conceitos antropocêntricos – como pesquisadores da HMC que atribuem à máquina o papel de comunicadora, até então entendido como um papel apenas humano. Porém, antes da HMC, a TAR já dava visibilidade a objetos, coisas, materiais e tecnologia dentro das relações sociais.

Este artigo tem, então, como objetivo refletir sobre as mudanças no jornalismo enquanto produtor de conhecimento, com o advento da IA generativa sob a luz da TAR e HMC por meio de uma abordagem metodológica que combina revisão bibliográfica e análise de conteúdo categorial.

Teoria Ator-Rede: das máquinas como atores

A Teoria Ator-Rede (TAR), ou Actor-Network Theory (ANT), foi desenvolvida pelos sociólogos Bruno Latour, Michel Callon e John Law, em meados da década de 1980. Embora tenha “teoria” no nome, a TAR também pode ser entendida como uma nova perspectiva metodológica para reunir as conexões sociais e também como um quadro analítico de uma nova forma de enxergar o social (Latour, 2012).

A TAR foge do dualismo homem x natureza. Latour (1988, p. 308) propõe uma diversidade de atores e nega a divisão de "sociedade" de um lado e "tecnologia" do outro. Para ele, as relações sociais são realizadas entre personagens que podem ser humanos ou não humanos, agentes que podem ocupar o lugar de (ou) para outra pessoa; tanto de forma eficiente como não.

Uma das contribuições da Teoria Ator-Rede é dar visibilidade aos objetos que fazem parte das vidas e do cotidiano das pessoas e mostrar que as interações humanas são quase sempre materializadas. A consciência de trazer os objetos à luz pode colaborar para uma visão menos antropocêntrica, mostrando que todas as coisas possuem seu modo de existência e interferem nas relações.

Por entender a agência de objetos, a TAR tem sido aplicada a inovações tecnológicas complexas, como interação entre homens e máquinas. Para Latour (2012),



"qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença é um ator - ou, caso ainda não tenha figuração, um actante" (Latour, 2012, p. 108).

No campo do Jornalismo, segundo a TAR, a tecnologia não é uma força externa que influencia o jornalista e o que ele faz, mas uma força interna que modifica o fazer jornalístico trazendo à tona "atores" antes negligenciados no processo. Dessa forma, os atores tecnológicos estão tão presentes quantos os atores humanos na produção jornalística (Primo; Zago, 2015). Para Deuze e Beckett (2022), os desenvolvimentos da IA não são externos ao jornalismo como profissão. Para os autores, o trabalho dos jornalistas está, de muitas maneiras, intimamente relacionado com a tecnologia, que tem moldado seu papel na indústria de notícias.

A TAR está sempre buscando os "rastros" dos atores. "O "ator" é um reagrupamento totalmente artificial e totalmente rastreável" (Latour, 2012, p. 300), porém algumas comunicações de humanos com humanos não deixam rastros materiais. A materialidade e a falta de uma delimitação que diferencie humanos e não humanos são algumas críticas feitas à teoria, que aborda os atores como modos diferentes de existência, sem hierarquia.

No entanto, para o campo da Comunicação, algumas definições importantes não são mencionadas. Segundo Lewis e Guzman (2019), a TAR não dá conta dos processos de comunicação por não conceituar o que significa ser um comunicador, no sentido social, ou o que é a comunicação como um ato inherentemente relacional. Ainda para os autores, Latour apaga as distinções entre os humanos e as máquinas em vez de mostrar como, por que e com que significado as máquinas atravessam limites para assumir papéis humanos. "Em particular, a ANT não aborda o desafio ontológico central descrito acima: a necessidade de atenção teórica nas máquinas (não apenas nos humanos) como fontes de comunicação" (Lewis; Guzman, 2019, p. 416).

Em contraste com a TAR, Lewis e Westlund (2016, p. 345-346) argumentam que vale a pena distinguir os actantes não humanos e tecnológicos dos atores sociais humanos porque os actantes tecnológicos são criados e instruídos por atores sociais humanos. Para eles, alguns actantes tecnológicos são codificados para propósitos mais gerais, enquanto outros carregam intenções mais específicas em sua construção. Dessa forma, existem actantes tecnológicos desenvolvidos para atender as necessidades jornalísticas com implicações culturais para o trabalho desenvolvido.

No entanto, em linha com a teoria, argumentam que tanto os actantes como os atores podem desempenhar papéis significativos na rede, concordando com Latour que



todas as suas respectivas relações são essenciais para o estudo e compreensão do nosso mundo.

Portanto, para Lewis e Westlund (2016), é importante reconhecer a importância que a diversidade e a tecnologia têm para o jornalismo e seu ator social, assim como reconhecer que o ator social molda a tecnologia. Para eles, os atores sociais e os actantes tecnológicos precisam ser considerados como agentes de influências diferentes, mas que dependem um do outro. Os autores também sugerem quatro facetas do jornalismo para ilustrar a relação entre o humano e a máquina. Elas mostram como a produção e a distribuição de notícias se tornam cada vez mais definidas e interdependentes de actantes tecnológicos, e que a tecnologia faz parte do processo de construção do jornalismo (Lewis; Westlund, 2016).

Para Latour (1988), é inútil impor divisões entre quais habilidades são humanas e quais não são humanas e não há como controlar humanos e não humanos totalmente, não importa o que você faça ou quantas predeterminações seja capaz de antecipar antes da ação. Segundo o sociólogo, os especialistas em robótica abandonaram o sonho da automação total, pois entenderam que muitas habilidades são melhor atribuídas aos humanos enquanto outras, aos não humanos.

A discussão levantada acima fez com que Primo e Zago (2015) questionassem "quem e o que faz o jornalismo?". Para Guzman e Lewis (2020), essa questão pode ser ampliada para toda a comunicação, sugerindo que ela já não é um processo apenas humano. Segundo Guzman (2018), a HMC é uma resposta possível colocando a tecnologia no papel de comunicador junto com o ser humano.

Comunicação Homem Máquina (HMC): da máquina como comunicadora

A inserção da Inteligência Artificial Generativa no jornalismo proporcionou às máquinas uma tarefa de escrita ainda mais singular, complexa e sofisticada do que o jornalismo automatizado, diminuindo a fronteira de tarefas essencialmente humanas dentro da área e complicando questões fundamentais e ontológicas sobre humanos, máquinas e notícias.

O uso de tecnologias emergentes em vários campos, incluindo o jornalismo, trouxe à tona novas perspectivas teóricas, como a HMC, que aborda as novas funções desempenhadas pelas máquinas. Para Lewis e Guzman (2019), na HMC a máquina não está presente apenas como um ator que faz parte do processo, mas assume o papel de comunicadora.



Em defesa da HMC, Guzman (2018) argumenta que a comunicação não pode mais ser considerada sinônimo de comunicação apenas humana. Dessa forma, sustenta que a área deve encontrar formas de acomodar as interações das pessoas com outras pessoas, as interações das pessoas com as máquinas e suas configurações resultantes.

A HMC não entende a comunicação somente como troca de informação, mas como “criação de significado entre humanos e máquinas” (Guzman, 2018). Uma questão apontada por estudiosos da HMC é que assumir o papel de comunicador não significa que a tecnologia não possa ocupar outros papéis em determinadas situações, como o de mediadores, dependendo de sua utilização (Guzman, 2018). Para a teoria, a tecnologia não é entendida como neutra e enfatiza a dinâmica de poder que pode ser incorporada e implementada por meio das máquinas.

Na comunicação homem-máquina, os computadores são entendidos como atores sociais que desempenham cada vez mais funções sociais. As abordagens construtivistas da HMC postulam que os humanos se comunicam com as máquinas como se fossem pessoas (Guzman, 2018, p.12). Esse pressuposto é fundamentado pela abordagem CASA (Computadores [Tecnologias] são Atores Sociais) ao postular que os humanos fundamentalmente entendem e se relacionam com computadores, máquinas e tecnologias como se fossem outras pessoas (Nass et al, 1994). As tecnologias comunicativas de IA não são apenas concebidas para funcionar como comunicadores, mas também são interpretadas pelas pessoas como tal (Guzman e Lewis, 2020, p. 73).

A CASA entende a comunicação como fortemente roteirizada, em que os humanos aplicam de forma impensada roteiros (scripts) de comunicação previamente incorporados. A abordagem sugere que, muitas vezes, respondemos aos sinais sem realmente considerá-los detalhadamente. Assim, quando as tecnologias comunicativas estão em uso, o espaço social se expande, moldado não só por humanos, mas por humanos e máquinas.

A pesquisa da HMC procura desvendar como as máquinas assumem o papel de comunicadores e como as pessoas consideram as máquinas nesse papel. Também trata sobre a troca de mensagens entre humanos e máquinas e as relações sociais estabelecidas entre eles. Por fim, também se interessa nas implicações resultantes para si mesmo, para a sociedade e para a comunicação. (Lewis; Guzman; Schmidt, 2019, p. 5).



Do ponto de vista da HMC, o uso de chatbots de Inteligência Artificial Generativa como comunicadores pede que a literatura sobre a tecnologia como fonte de mensagem seja colocada em diálogo com os estudos do jornalismo. A investigação exige que se aborde tanto a natureza do comunicador quanto o contexto em que atuam. Além disso, os métodos devem ser reorientados e adaptados à máquina como comunicadora (Lewis; Guzman; Schmidt, 2019, p. 9).

A HMC ainda é uma área de pesquisa que está tomando forma dentro da comunicação (Guzman, 2018), sendo assim, ainda não oferece uma base teórica ampla sobre o tema, apesar de propor aos objetos não apenas a agência, mas o papel de comunicadores.

Embora o reconhecimento da agência não humana seja um ponto de contato entre a Teoria Ator Rede e a HMC, os propósitos e ênfases são distintos: a TAR busca mapear redes sociotécnicas, enquanto a HMC quer compreender como os humanos interagem com máquinas como se fossem agentes sociais ou comunicacionais. Este trabalho parte do entendimento de que a TAR e a HMC podem ser complementares em um estudo sobre o impacto da Inteligência Artificial Generativa no jornalismo. Cada uma oferece um olhar distinto sobre a agência não humana, mas que se soma à outra para oferecer uma compreensão mais rica do fenômeno.

O uso da IA e da IA generativa no Jornalismo

A IA generativa tem provocado um impacto significativo no campo do Jornalismo e já está presente em todas as fases do processo, incluindo a produção de conteúdo (Beckett e Yaseen, 2023; Canavilhas e Biolchi, 2024; Canavilhas, 2024). Algumas organizações de notícias já estão experimentando ou utilizando essa ferramenta, enquanto o debate sobre suas oportunidades e desafios permanece (Canavilhas e Biolchi, 2024).

De acordo com alguns autores, os softwares de IA generativa podem auxiliar na produção de notícias, liberando o jornalista de tarefas rotineiras. Entre as aplicações da tecnologia estão a análise de grande volume de dados, tradução e transcrição de conteúdo, redação de notícias, especialmente textos curtos baseados em dados estruturados, e auxílio a jornalistas na busca por notícias (Beckett e Yaseen 2023; Canavilhas et al, 2024; Ioscote, 2024).

No entanto, os desafios também são debatidos. Pesquisadores apontam que parte dos profissionais enxerga a IA como uma ameaça à profissão ou como um fator



de transformação do papel do jornalista, que passaria a atuar como supervisor do conteúdo gerado por máquinas (Pérez-Dasilva et al., 2021). Há ainda quem alerte para o risco de a tecnologia reduzir a autonomia humana (Reeves, 2016).

Além disso, apesar do potencial, os softwares de IA generativa ainda não geram conteúdo noticioso completo e confiável autonomamente (Ioscote, 2024). Nishal e Diakopoulos (2023) apontam os riscos da implantação de modelos generativos no jornalismo, como os erros factuais. Além da (im)precisão da informação, a IA generativa pode ter impactos imprevistos. Ademais, a produção de textos jornalísticos é um processo complexo que inclui a seleção de formatos de reportagem, determinação de valores noticiosos, entrevista de fontes e feedback editorial (Nishal; Diakopoulos, 2023).

Para Deuze e Beckett (2022), a IA amplifica questões que avaliam o jornalismo contemporâneo e o seu papel na sociedade, incluindo como ganha e perde confiança e como assume responsabilidades. Segundo os autores, há muitas previsões sobre "revolução" ou "fim" de indústrias específicas, como a jornalística, que tendem a perceber a tecnologia como "toda-poderosa", desligada de seu contexto histórico, social e tecnológico.

Para alguns pesquisadores, os principais desafios na implementação dessa tecnologia estão ligados às implicações éticas e aos impactos no mercado de trabalho. Entre as preocupações, estão a substituição do trabalho humano por máquinas, redução das competências do pensamento crítico, além de questões envolvendo direitos autorais, privacidade, transparência, viés algorítmico, segurança e proteção de dados. Esses problemas afetam toda a sociedade, particularmente os indivíduos e comunidades menos privilegiadas (Deuze e Beckett, 2022; Diakopoulos, 2019; Koivisto e Grassini, 2023; Canavilhas et al, 2024; Canavilhas, 2024; Iocoste, 2024).

O uso da IA generativa no jornalismo pode ser caracterizado atualmente por uma rápida integração da ferramenta em tarefas de automatização e suporte, mas com um reconhecimento das limitações da tecnologia em funções que exigem julgamento humano. A área tem buscado desenvolver políticas de uso que passam por um debate sobre como equilibrar a eficiência da ferramenta com os princípios e valores fundamentais do jornalismo.



O uso da IA e da IA generativa nas redações do Brasil

As organizações de notícias estão respondendo à integração da IA desenvolvendo diretrizes e políticas internas para orientar o uso da tecnologia (Canavilhas e Biolchi, 2024). Para entender como as redações brasileiras estão utilizando a Inteligência Artificial Generativa, esta pesquisa apoia-se na divulgação das políticas de uso publicadas por organizações jornalísticas.

Este artigo faz parte de uma primeira análise de uma pesquisa mais ampla. Dessa forma, inicia-se com o exame dos documentos de Políticas de Uso de IA publicados por veículos brasileiros monitorados por um período de dois anos, entre 22 de novembro de 2022, mês do lançamento do ChatGPT, e 22 de novembro de 2024. Foram identificadas nove políticas de uso publicadas pelos veículos: Núcleo Jornalismo, Agência Tatu, Agência Pública, Estadão, Revista AzMina, Folha de S. Paulo, O Globo, As Fatos e Correio Sabiá. Em uma segunda etapa da pesquisa, serão realizadas entrevistas com jornalistas e editores dos jornais.

Figura 1: Políticas de uso de IA publicadas por veículos jornalísticos brasileiros em 2023 e 2024

ID	Veículo	Data de lançamento	Última atualização
P01	Núcleo Jornalismo	Maio de 2023	Outubro de 2024
P02	Agência Tatu	Outubro de 2023	
P03	Agência Pública	Outubro de 2023	
P04	Estadão	Novembro de 2023	
P05	Revista AzMina	Dezembro de 2023	
P06	Folha de S. Paulo	Março de 2024	
P07	Grupo Globo	Junho de 2024	
P08	Aos Fatos	Julho de 2024	
P09	Correio Sabiá		Agosto de 2024

Fonte: Elaboração das autoras (2024)

O Núcleo Jornalismo foi o primeiro veículo brasileiro a divulgar política de uso de IA, em maio de 2023. Em agosto, a instituição foi novamente pioneira com o



lançamento do chatbot NuclitoGPT, uma versão beta para assinantes, que usa a API da OpenAI e é treinado em conteúdo próprio. O uso de material produzido pelo próprio veículo para treinamento da IA reduz as chances de “alucinações”, uma tendência do modelo em gerar respostas não baseadas em seus dados, resultando em informações inverídicas e falsas. Em março de 2024, o veículo lançou outra aplicação baseada em IA, o Nuclito Resume, que sumariza reportagens e notas em três pontos essenciais.

Figura 2: Apresentação do NuclitoGPT para os usuários logados



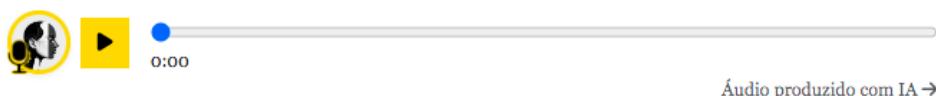
Fonte: nucleo.jor.br (2023)

A Agência Tatu, veículo especializado em notícias de dados do Nordeste brasileiro, também lançou, em outubro de 2023, sua política de uso, e tem feito experiências de conteúdo com IA generativa por meio do SururuBot. O robô foi desenvolvido com tecnologia da OpenAI e é mantido com artigos de fontes internas e externas. No projeto piloto, a Tatu produz conteúdos automatizados semanais sobre as vagas de emprego na cidade de Maceió. Embora o texto inicial seja gerado pelo chatbot, a equipe de jornalismo faz a revisão final. Para a Agência Tatu, a política de uso de IA vai guiar o trabalho jornalístico da redação com essa tecnologia.

Também em outubro, a Agência Pública lançou a leitura de reportagens usando o programa ElevenLabs, que elabora áudios a partir de texto por meio de IA generativa. A tecnologia ainda é limitada, alguns trechos precisam ser reescritos e o áudio final é editado por um jornalista.



Figura 3. Agência Pública lançou o Reportagens para Ouvir



Áudio produzido com IA →

Fonte: Agência Pública (2023)

O Estadão lançou sua política de uso em novembro de 2023. Um pouco antes, o Jornal já havia lançado a Leia, robô de inteligência artificial que usa conteúdos do jornal para tirar dúvidas. O projeto, exclusivo para assinantes, iniciou com textos de tecnologia publicados na editoria Link.

A revista digital AzMina lançou sua política em 15 de dezembro, em forma de editorial, e destaca: "é ingenuidade acreditar que o jornalismo – e AzMina – não estão sendo impactados pela inteligência artificial. Sim, estamos testando, aprendendo, refletindo".

Em uma das políticas mais enxutas, a Folha de S. Paulo lançou as recomendações de uso de IA para os jornalistas em março de 2024, apontando que a ferramenta não substitui o julgamento humano e oferece oportunidades de aumentar a eficiência nas redações. O Globo lançou sua política em junho de 2024. Uma semana antes, lançou o projeto Irineu, que visa desenvolver novos produtos de IA, entre eles, o resumo de reportagens do site.

Em julho de 2024, a agência de fact-checking Aos Fatos divulgou sua política de uso de IA um pouco antes de lançar, em setembro de 2024, a FátimaGPT, a expansão do chatbot de verificação de notícias falsas com IA generativa.

O veículo Correio Sabiá, criado no WhatsApp em 2018 para envio de resumo de notícias, também criou sua política de uso. A data não foi identificada, mas a última atualização é de agosto de 2024.

Método de pesquisa

Além da revisão bibliográfica, foi realizada análise de conteúdo categorial (Sampaio e Lycarião, 2021). O primeiro passo foi o monitoramento da mídia, newsletter e sites para identificar empresas que publicaram políticas de uso de IA. Após a seleção dos veículos, os documentos foram examinados para a criação de categorias apoiadas em objetivos específicos, como identificar o contexto e o propósito de uso da



IA, os princípios éticos relacionados, o uso responsável de IA, proibições e restrições e identificar alterações nos processos de produção de conteúdo. Dessa forma, as categorias criadas foram: **Contexto e propósito, Princípios éticos, Uso responsável, Restrições e proibições, Alterações na produção de conteúdo, Governança e Treinamento.**

A cada categoria foram atribuídas palavras-chave para busca no documento e valores, sendo: 0: Não menciona; 1: Menciona brevemente; 2: Explica detalhadamente. Foi elaborado um livro de código detalhando o processo para que ele possa ser replicável. Para Sampaio e Lycarião (2021, p. 39-40), “o livro de códigos, além de indicar os códigos alfanuméricos que correspondem a cada variável e categoria, deve discriminar, detalhadamente, inclusive com exemplos, como a codificação deve ser feita em cada código listado”.

Categorias de análise

A- Contexto e propósito

Código: A1

Descrição: O documento explica o contexto e os motivos para a adoção de políticas de IA?

Palavras-chave: ferramenta, substituir, trabalho, humano, facilitar, apoio, chatgpt, bard, openAI, desinformação, informação verificada, direitos autorais, generativa

B- Princípios éticos

Código: B1

Descrição: Há menção de princípios éticos relacionados a IA?

Palavras-chave: mitigação, vieses, transparência, confiabilidade, responsabilidade, qualidade, risco, ética, ético, correção, erros

C- Uso responsável

Código: C1

Descrição: O documento menciona práticas recomendadas?

Palavras-chave: revisão, supervisão de conteúdo

D- Restrições e proibições

Código: D1

Descrição: O documento menciona restrições sobre como a IA pode ou não ser usada?



Palavras-chave: proibido, não, nunca, nenhuma, nenhum

E- Alterações na produção de conteúdo

Código: E1

Descrição: A política menciona alterações nas formas de produção de conteúdo?

Palavras-chave: texto, foto, fotografia, fotojornalismo, fotojornalista, imagem, vídeo, áudio, transcrição, tradução, idioma, conteúdo, entrevista, reportagem, redes sociais, resumo, revisões ortográficas, títulos, chamadas, audiovisual

F- Governança

Código: F1

Descrição: O documento menciona mecanismos de governança?

Palavras-chave: governança, comitê, auditoria

G- Treinamento

Código: G1

Descrição: O documento menciona treinamento das ferramentas?

Palavras-chave: treinamento, qualificação, capacitação

Figura 4: Análise das categorias das políticas de uso dos veículos selecionados

ID	Veículo	A1	B1	C1	D1	E1	F1	G1
P01	Núcleo Jornalismo	1	0	1	1	1	0	0
P02	Agência Tatu	1	2	1	1	0	0	1
P03	Agência Pública	1	1	1	1	2	0	0
P04	Estadão	2	2	2	2	2	2	1
P05	Revista AzMina	1	1	1	1	1	0	0
P06	Folha de S. Paulo	1	1	1	1	0	0	0
P07	Grupo Globo	2	2	2	2	2	0	1
P08	Aos Fatos	1	1	1	1	1	0	0
P09	Correio Sabiá	1	1	1	1	2	0	0

Fonte: Elaboração das autoras (2024).

Inferências

Este artigo, por limitação de espaço, não pretende esgotar todas as categorias elencadas. Entende-se que são muitas e podem ser aprofundadas em pesquisas futuras



ou por outros pesquisadores. A ideia inicial é trazer uma fotografia da incorporação da IA generativa nos dois primeiros anos de uso após o lançamento do ChatGPT. No entanto, registra-se aqui as principais inferências relacionadas às categorias elaboradas.

A- Contexto e propósito: a IA como ferramenta para auxiliar o trabalho do jornalista

Todos os veículos entendem a IA como uma ferramenta para auxiliar o trabalho do jornalista e incentivam seu uso. Do total de nove, seis mencionam diretamente que a ferramenta não substitui o trabalho e o julgamento humano. No entanto, pode-se questionar se as facilidades oferecidas pela tecnologia realmente liberam os profissionais de suas demandas operacionais ou apenas aceleram o processo produtivo de ambientes corporativos da área da comunicação. Questiona-se também se os veículos estão dispostos a qualificar os profissionais para o uso da IA generativa.

Para Marassi e Nunes (2024, p. 94), caso não haja um empenho real das empresas, profissionais da comunicação estarão sujeitos a novos ciclos de aceleração dos processos produtivos, imposição de atualização constante sem apoio organizacional e exclusão dos ambientes de trabalho, redesenhados pela IA.

B- Princípios éticos: transparência e responsabilidade

Os princípios éticos mais relacionados ao uso da IA são transparência e responsabilidade. A transparência é mencionada pela Agência Tatu, Agência Pública, Estadão, Revista AzMina, Grupo Globo e Correio Sabiá. O Aos Fatos não cita a palavra “transparência”, mas fala em “sempre informar qualquer uso de IA durante o processo de apuração jornalística”. A transparência é entendida como essencial na produção de conteúdo, relatando a importância de informar aos leitores quanto ao uso da tecnologia para garantir que estejam cientes do processo, reforçando um compromisso com a integridade da produção jornalística.

A responsabilidade é outro princípio ético citado pelos veículos, que a atribuem a um humano e não a um robô. Contudo, esses veículos se isentam, transferindo-a principalmente aos profissionais que produziram o conteúdo com o uso de IA. Para o Estadão, a criação de conteúdo com uso de IA “é responsabilidade do criador do conteúdo”. Segundo o Globo, “a responsabilidade final pelo conteúdo veiculado, entretanto, será sempre dos profissionais envolvidos”. Para o Folha de S. Paulo, “a



ferramenta não substitui o julgamento humano nem exime o jornalista de responsabilidade pelo resultado final". A Agência Pública, Agência Tatu e Revista AzMina são ambíguas, não deixando claro se a responsabilidade é de quem faz o conteúdo ou das pessoas que dirigem o veículo ou do próprio veículo.

Não se pretende aqui eximir a responsabilidade do jornalista, mas a entendemos dentro do contexto da Teoria Ator-Rede. Pelo entendimento de Latour (1994), na mediação da composição, a ação é produto da conexão, e não propriedade do agente individual. Dessa forma, o homem realiza a ação junto com os artefatos e não por eles, isso significa que parte do agenciamento de uma ação não é dele, o que Latour chama de visão simétrica. Assim, pode-se inferir que se a agência estiver numa rede de distribuição, então a responsabilidade deve ser distribuída na rede, ou seja, numa ação, todos os atores da rede são responsáveis (Sharifzadeh, 2016, 2020).

Do ponto de vista da mediação da composição, a responsabilidade deve ser compartilhada tanto pelos fabricantes da tecnologia como pelos programadores, instituições jornalísticas, jornalistas que enviaram o prompt, entre outros autores envolvidos, muitas vezes, escondidos no processo de simplificação da tecnologia.

Importante frisar que Sharifzadeh (2020) distingue responsibility de accountability (responsabilidade de responsabilização, em tradução livre). A principal diferença é que a responsabilidade pode ser compartilhada, mas a responsabilização, não. Segundo o autor, a responsabilização refere-se à capacidade de culpar e punir determinadas ações pela lei, sendo mais legal do que moral. Dessa forma, o fato de ser responsável por executar uma ação na rede não implica a responsabilização legal ou ética.

C- Uso responsável: supervisão e revisão humana

A supervisão e a revisão humana são citadas em todas as políticas de uso analisadas. Alguns veículos como Folha de S. Paulo, Estadão e o Grupo Globo fazem a diferenciação entre supervisão humana e revisão humana, em que a supervisão seria um acompanhamento geral das atividades, e a revisão, a leitura do material gerado por IA antes de sua publicação. Para o Grupo Globo, “não significa que cada conteúdo gerado de forma automatizada passará por uma revisão humana antes de ser veiculado”.

Para alguns destes veículos, a publicação de conteúdos gerados por IA sem revisão humana deverá passar por alguma instância da empresa, como o Comitê de IA,



no caso do Estadão, e pela Secretaria de Redação, no caso da Folha de S. Paulo. Dessa forma, os veículos deixam brechas em suas políticas para automatização de conteúdo escrito integralmente por IA sem passar por revisão. Segundo as empresas jornalísticas, no entanto, a falta da revisão humana não significa ausência de controle, rigor editorial ou perda da qualidade do jornalismo devido à adoção de protocolos de verificação e metodologias de checagem.

A supervisão humana tem o objetivo de acompanhar que a intenção que se pretende com a tecnologia seja concretizada. No entanto, não pode controlar os desvios tecnológicos, pois, de acordo com Latour (2022, p. 252), a tecnologia pode tomar caminhos não inicialmente intencionados e bombardear os seres humanos com novas sugestões, hábitos, alienações, memórias, sendo difícil entender os caminhos escolhidos nesse enorme labirinto.

D- Restrições e proibições: produções de conteúdos completos, geração de imagens e segurança dos dados

As restrições mais comuns em relação ao uso da IA generativa são relacionadas à produção de conteúdos completos, geração de imagens e segurança dos dados e privacidade.

A produção de conteúdos completos em textos e reportagens é uma das principais restrições que aparecem nas políticas, algumas condicionando à revisão ou supervisão humana. O Grupo Globo acrescenta como proibidos seu uso para produção de textos opinativos ou editoriais.

A geração de imagens também ganha destaque. Para o Estadão, “o uso de IA para a criação de fotos, ilustrações, vídeos ou áudios, integral ou parcialmente, é proibido, exceto se previamente aprovado pelo Comitê de IA”. De acordo com AzMina “Nenhuma imagem – fotografia, imagens 2D e 3D, ou vídeo – criada por inteligência artificial é publicada integralmente e/ou sem intervenção da equipe de arte”. A Folha de S. Paulo também faz restrição em relação ao uso de imagens: “no caso de imagens, a inteligência artificial pode ser utilizada apenas para ilustrações. Conteúdos produzidos por IA e que imitem fotografias não podem ser publicados pela Folha, a menos que o fotorrealismo em si seja objeto da notícia. Nesse caso, a autoria da imagem deve ser informada com destaque”.

De acordo com o Grupo Globo, “as imagens geradas por inteligência artificial não podem ser produzidas de forma que sejam confundidas com a realidade. Se a



imagem tiver características de uma imagem real, o público deve ser informado claramente de que aquela é uma reconstituição, ou uma simulação, produzida por inteligência artificial”. O Correio Sabiá afirma que nunca usará a IA generativa para gerar imagens de pessoas, pois pode ser problemático.

Outro tópico está relacionado à segurança dos dados e privacidade. Para a Agência Tatu, não é permitido compartilhar informações sigilosas com plataformas de IA terceirizadas. De acordo com AzMina “não compartilhamos material de reportagens que envolvam informações e dados sensíveis com ferramentas de IA de qualquer tipo, visando garantir o sigilo e a privacidade de informações de fontes, e de mulheres em situação de vulnerabilidade e violência”.

Segundo o Estadão, “não é permitido inserir, total ou parcialmente, dados ou base de dados proprietárias do Grupo Estado que contenham quaisquer dados pessoais em ferramentas de IA, sejam dados de clientes, colaboradores, fornecedores ou terceiros”. Para o grupo Globo, “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”. De acordo com Aos Fatos, é importante “respeitar o direito à propriedade intelectual e à privacidade tanto no processo editorial quanto no desenvolvimento de produtos, com especial atenção à origem e ao tratamento dos dados utilizados”.

E- Alterações na produção de conteúdo: delegação de ações para a tecnologia

A IA generativa tem impactado o processo jornalístico desde a coleta, seleção e filtragem à produção e distribuição do conteúdo com maior impacto no processo de produção. Porém seu uso tem sido limitado na primeira etapa, uma das mais importantes, baseadas nos valores notícia. O Estadão não recomenda o uso da IA como ferramenta de busca e pesquisa. A Agência Pública também não considera a IA generativa uma fonte primária de informação e seu uso como tal é proibido. As mudanças na distribuição do conteúdo são pouco citadas. Percebe-se, dessa forma, que o maior impacto da tecnologia acontece na etapa da produção de conteúdo mencionada por todos os veículos, com o uso dos novos dispositivos desde a correção ortográfica a geração de resumos e textos para as redes sociais, sugestões de títulos e chamadas, tradução, transcrição, ilustrações, vídeos, áudios, legendas e pequenas edições.



Segundo Latour (1994), na mediação da delegação, as pessoas delegam suas ações para as tecnologias, que as realizam de forma automática substituindo esforços. Porém, a atribuição da ação não é feita apenas pelos humanos.

Conforme Sharifzadeh (2020), na mediação da delegação, com as instruções, a tecnologia também atribui ações aos humanos e determina o usuário ideal. Ele aponta que a tecnologia redefine as diretrizes da sociedade e pode discriminar indivíduos, prescrevendo quem são seus usuários. Isso significa que divide a sociedade em novos grupos e não permite que algumas pessoas a utilizem, impõe valores políticos, regras e moral.

Os jornalistas, ao solicitarem a chatbots de IA generativa, por exemplo, que sugira títulos para sua matéria ou faça um resumo de um texto, estão delegando parte de suas funções. E isso muda as ações e os atores, bem como as negociações de responsabilidades.

F- Governança: faltam processos para estruturar o uso da IA

Percebe-se que, com exceção de um, os veículos não contam com processos de governança para estruturar e acompanhar o uso de IA nas redações. Apenas o Estadão cita a criação de um Comitê de IA designado pela Diretoria Executiva e composto por representantes dos departamentos de Tecnologia, Redação, Produto, Jurídico e Auditoria. Os membros do Comitê se reunirão mensalmente e suas deliberações serão tomadas por consenso. A Revista AzMinha cita a diretoria para resolver questões relacionadas a IA, e a Folha de S. Paulo cita em sua diretriz a Secretaria de Redação e a Direção da Redação, mas entende-se que, da forma como estão colocadas no documento, as ações não se enquadram dentro de Governança, que envolve uma estrutura de processos e práticas.

G- Treinamento: falta de suporte ao jornalista

Apesar de apoiarem e incentivarem o uso de IA, apenas Agência Tatú, Estadão e Grupo Globo citaram o treinamento dos seus profissionais para o uso da Inteligência Artificial, porém sem detalhamento. A maior parte das empresas mostra falta de suporte ao profissional e se exime da responsabilidade.

Para Marassi e Nunes, (2024, p. 88-89), o uso destas ferramentas exige um nível razoável de letramento digital e midiático para que se possa considerar ou não determinada informação na atividade diária. Para as autoras (2024, p. 92-93), os



treinamentos devem ir além das funcionalidades de uso e incorporar critérios de práxis comunicacional, objetivos, compromissos e condutas éticas. Dessa forma, será necessário maior envolvimento e compromisso das empresas em relação ao uso da IA dentro da instituição, a fim de evitar imediatismos e impactos negativos e éticos na profissão relacionados à credibilidade.

Conclusões

Observa-se o surgimento de novas práticas jornalísticas com a incorporação da IA generativa como um novo ator tecnológico, a ampliação da divisão de tarefas entre humanos e máquinas, a supressão de tarefas humanas e a adição de novas tarefas aos humanos, como a supervisão e a revisão de conteúdo produzido pela IA generativa. Percebe-se também a incorporação da tecnologia em todas as etapas do processo jornalístico com destaque para a produção de conteúdo. Entende-se que o novo dispositivo já está sendo adotado pelos veículos, com impactos no ecossistema.

Latour (1994), ao falar sobre a mediação da delegação, chama à reflexão sobre o que está sendo delegado para a tecnologia, visto que, a maior parte dos chatbots pertence a grandes empresas de tecnologia do Norte Global que armazenam o conteúdo compartilhado na nuvem e o utiliza para o treinamento de IA. Dessa forma, faz-se necessária a reflexão, principalmente dos veículos jornalísticos do Sul Global. Na mediação da composição (Latour, 1994), é imperativo pensar sobre a responsabilidade e a responsabilização do conteúdo produzido pela tecnologia envolvendo todos os atores da rede.

Sobre a HMC, que coloca a tecnologia no papel de comunicadora e como fonte de informação, é importante estar atento às alucinações em textos jornalísticos. A questão envolvendo IA generativa fica ainda mais complexa quando envolve direitos autorais, visto que as máquinas “varrem” o conteúdo publicado na internet para treinamento, na maior parte das vezes, sem o consentimento dos autores dos conteúdos. Dessa forma, a necessidade da mediação humana permanece fundamental.

A pesquisa identifica mudanças nas práticas jornalísticas e contribui para o debate ético e regulatório da IA no Brasil. Além disso, oferece um panorama de dois anos sobre como os veículos brasileiros estão incorporando o uso da IA generativa, mostrando diferentes abordagens entre grandes veículos e mídias independentes.

Considera-se também as limitações da pesquisa, pois os documentos oficiais de políticas de uso podem não representar as práticas de uso de IA generativa nas



redações. Desta forma, uma segunda etapa desta pesquisa será a entrevista com gestores e jornalistas dos veículos pesquisados. Além disso, as diretrizes estão em constante evolução e passam por atualizações constantes à medida em que a tecnologia avança, fazendo com que este cenário possa mudar rapidamente.

Referências

- BECKETT, C; YASEEN, M. **Generating Change A global survey of what News organisations are doing with AI**. London: LSE, 2023.
- CANAVILHAS, João. **Jornalismo sem jornalistas? Responde a Inteligência Artificial**. In Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2023/2024: Lusofonias e decolonialidade, 2024. Disponível em: https://www.lusocom.net/wp-content/uploads/2024/12/3_2_canavilhas.pdf
- CANAVILHAS, J., IOSCOTE, F., & GONÇALVES, A. **Artificial Intelligence as an Opportunity for Journalism: Insights from the Brazilian and Portuguese Media**. Social Sciences, 13(11), 590, 2024. <https://doi.org/10.3390/socsci13110590>.
- CANAVILHAS, J.; BIOLCHI, B. **Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo**. Mídia e Cotidiano, v. 18, n. 2, p. 43-64, 29 maio 2024.
- DEUZE, Mark; BECKETT, Charlie. **Imagination, Algorithms and News: Developing AI Literacy for Journalism, Digital Journalism**. p. 1913-1918, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2119152>.
- DIAKOPoulos, Nicholas. **Automating the news**: How algorithms are rewriting the media. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Editora Ortiz, 1997.
- GUZMAN, A.L; LEWIS, S.C. **Artificial intelligence and communication**: A Human-Machine Communication research agenda. Sage Journals. Vol. 22. Issue 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>.
- GUZMAN, A.L. What is human-machine communication, anyway? In GUZMAN, A. L (Ed.). **Human-machine communication: Rethinking communication, technology, and ourselves**. New York, NY: Peter Lang, p. 1-28, 2018.
- IOSCOTE, Fábia. IA Generativa: potencial e limitações dos Large Language Models e prompts na produção de notícias. **Revista Uninter de Comunicação**, Curitiba, v. 12, n. 20, p. 59-80, 2024.
- KALOTA, Faisal. **A Primer on Generative Artificial Intelligence**. Education Sciences, 14(2), 172, 2024. <https://doi.org/10.3390/educsci14020172>.



KAPLAN, Jerry. **Generative Artificial Intelligence:** what everyone needs to know. Oxford University Press, 2024.

KOIVISTO, M; GRASSINI, S. Best humans still outperform artificial intelligence in a creative divergent thinking task. **Scientific Reports** 14, 4239, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-024-54745-y>.

JI, Eugene Yu. **Large Language Models:** a Historical and Socio-cultural Perspective. *Cognitive Science*, 48, e13430, 2024. <https://doi.org/10.1111/cogs.13430>.

LATOUR, Bruno. **On technical mediation** - philosophy, sociology, genealogy. *Common Knowledge* 3 (2):29-64, 1994.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social:** uma introdução à teoria Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

LATOUR, B. **Mixing Humans and Nonhumans Together:** The Sociology of a Door-Closer. *Social Problems*, 35(3): 298-310, 1988.

LEWIS, Seth C; GUZMAN, Andrea L; SCHMIDT, Thomas R. Automation, Journalism, and Human–Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. **Digital Journalism**, p. 409-427, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>.

LEWIS, Seth; WESTLUND, O. Mapping the human–machine divide in journalism. In WITSCHGE et al. **The SAGE Handbook of Digital Journalism**. SAGE Publications Ltd, 2016, p. 341-353. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781473957909>.

NISHAL, Sachita; DIAKOPOULOS, Nicholas. **Envisioning the Applications and Implications of Generative AI for News Media**. arXiv preprint arXiv:2402.18835. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2402.18835>.

MARASSI, Alessandra Barros; NUNES, Mirian Meliani. “IA, por favor, faça essa tarefa por mim”: inteligência artificial generativa nos ambientes de trabalho. **Organicom**, ano 21, n. 44, janeiro/abril, 2024.

NASS, C; STEUER, J; TAUER, E. R. **Computers are social actors**. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '94). **Association for Computing Machinery**. New York, NY, USA, p. 72–78. DOI: <https://doi.org/10.1145/191666.191703>.

PÉREZ-DASILVA et al. Perfiles digitales de los periodistas vascos y diálogo con las audiencias. Universidad del País Vasco, 2021.

PRIMO, Alex; ZAGO, Gabriela. Who And What Do Journalism? An actor-network perspective. **Digital Journalism**, 3:1, p. 38-52, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927987>

REEVES, Joshua. Automatic for the people: the automation of communicative labor, **Communication and Critical/Cultural Studies**, 13:2, p. 150-165, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1080/14791420.2015.1108450>.



RUSSELL, S; NORVIG, J. **Artificial Intelligence: a modern approach.** United Kingdom: Pearson, 2022.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial:** manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6542/1/Analise_de_conteudo_categorial_final.pdf

SHARIFZADEH, Rahman. Technology, Agency and Decision. **Journal: Strategy for Culture.** 9 (34), p. 115-136, 2016. Disponível em: https://www.jsfc.ir/article_34102.html

SHARIFZADEH, Rahman. Do artifacts have morality? Bruno Latour and ethics of technology. **Philosophy of Science.** 9 (18), 69-86, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.30465/ps.2020.4546>

SILVA, F; PAULINO, R; IJUIM, J. **Uma reflexão sobre a produção de conhecimento no jornalismo no contexto da inteligência artificial generativa.** Asas da Palavra. v. 21, n1, 2024. Disponível em: <https://revistas.unama.br/index.php/asasdapalavra/article/view/3392>

SOLANKI, Shivan R; KHUBLANI, Drupad K. **Generativa Artificial Intelligence: Exploring Power and Potential of Generative AI.** Apress, 2024. DOI: <https://link.springer.com/book/10.1007/979-8-8688-0403-8>

SROUR, Solange. **Greve de Hollywood traz lições sobre regulação da inteligência artificial.** Folha de S. Paulo. 4 Out. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/solange-srour/2023/10/greve-de-hollywood-traz-licoes-sobre-regulacao-da-inteligencia-artificial.shtml>

TÚÑEZ-LÓPEZ, J. M; FIEIRAS CEIDE, C; VAZ-ÁLVAREZ, M. Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. **Communication & Society**, 34(1), p. 177-193, 2021.

ZAMITH, R.; BRAUN, J.A. Technology and journalism. In: VOS, T.P; HANUSH, F. (Eds). **The International Encyclopedia of Journalism Studies.** New York: JohnWiley & Sons, 2019.



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.